ズーム

ZOOM JAPON

www.zoomjapon.info

gratuit numéro 44 - octobre 2014

Automobile

Vroum Japon !

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

ÉDITO Vroum



Au Japon, il y a les bonsaïs, les appareils électroniques miniatures et il y a aussi les *keijidôsha*, ces voitures légères dont la cylindrée n'excède pas 660 cc. Au pays du plus grand constructeur automobile du monde, Toyota , ces petits véhicules ont le vent en poupe. On en trouve partout et ils sont reconnaissables à leur plaque d'immatriculation jaune. Pratiques, peu encombrantes et désormais conçues pour répondre à certains usages spécifiques, les *keijidôsha* envahissent de plus en plus les routes japonaises. Il était donc tout à fait logique que *Zoom Japon* s'intéresse à ce phénomène qui, peut-être un jour, prendra les mêmes proportions dans nos sociétés occidentales vieillissantes.

LA RÉDACTION
courrier@zoomjapon.info

30 % **Conscient de la nécessité d'associer de plus en plus les femmes à la vie économique du pays, le gouvernement japonais a décidé de fixer à 30% d'ici 2020 la part du sexe dit faible à des postes de responsabilité contre seulement 11 % actuellement.**

Couverture : Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

Tsukiji, arrondissement de Chûô, à Tôkyô


© Eric Rechsteiner

Le marché aux poissons de Tsukiji est le plus grand du monde. Cette ville dans la ville vit pourtant ses derniers mois à cet endroit. La municipalité de Tôkyô a en effet décidé de relocaliser ce marché à Toyosu, dans l'arrondissement voisin de Kôtô. Le déménagement est prévu pour mars 2016. En attendant, vous avez toujours la possibilité de croiser des personnages hauts en couleurs comme ces deux employés d'un grossiste.

SÉISME Danger à l'ouest de l'archipel

Une douzaine d'experts, mandatés par le gouvernement, ont analysé le comportement de 60 failles dans les zones marines allant de Hokkaidô à Kyûshû. Il en résulte qu'un puissant séisme en mer du Japon (7,9 sur l'échelle de Richter) pourrait provoquer un tsunami avec des vagues de 12 à 23 mètres de hauteur dans cette partie du pays où se trouve une trentaine de réacteurs nucléaires.

SANTÉ Retour remarqué de la dengue

Cela faisait 70 ans qu'on n'en avait plus entendu parler dans l'archipel. Depuis la fin du mois d'août, plus d'une centaine de cas ont été recensés. Le premier foyer de contamination a été localisé au parc Yoyogi de Tôkyô que la municipalité a fermé pour traiter les moustiques. Mais depuis, d'autres foyers ont été découverts dans la capitale. Une situation qui inquiète les autorités.

VOTRE
CHAMBRE
5 ÉTOILES
EST PRÊTE.



ANA vous présente sa nouvelle cabine « Inspiration of Japan », installée progressivement sur l'axe Paris-Tokyo depuis septembre 2014. En Business Class, la configuration en quinconce avec 4 fauteuils par rangée permet à chaque passager un accès direct au couloir. Le fauteuil, alliant intimité et confort, se transforme en lit parfaitement plat. La luxueuse literie vous permettra une nuit de sommeil des plus paisibles et sereines.

And it's all By Design.*

www.ana.fr



MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE 



* Rien n'est laissé au hasard.

SÉRIE En avant la musique !

Après quatre années de silence forcé, la fanfare des pompiers de la région a réussi à se faire de nouveau entendre.

A Ishinomaki, lors de la 91e fête de la rivière qui s'est déroulée le 1er août, on a assisté au retour de la fanfare des pompiers du Syndicat régional d'Ishinomaki qui s'était tue après le séisme du 11 mars 2011. Depuis 35 ans, cette fanfare est très appréciée par les habitants. Cet événement a été le signal de sa renaissance et elle continuera de jouer de la musique, digne de l'estime que lui témoignent les habitants de la région.

La fanfare des pompiers a été créée en 1979, afin de sensibiliser les habitants de la ville à la lutte contre les incendies et autres catastrophes. Ses 33 membres bénévoles venaient de toutes les communes avoisinantes, y compris le commandant des pompiers. Après leur travail, ils avaient l'habitude de venir répéter en solo ou en équipe pour pouvoir dévoiler tout leur talent lors des nombreuses fêtes régionales.

Le tsunami s'est produit 5 jours après le sixième concert annuel donné au centre communautaire de Higashi-Matsushima le 6 mars 2011. Après cette catastrophe, les pompiers de la région ont dû s'occuper de l'évacuation des habitants, et au cours de leurs interventions de sauvetage pour éteindre les incendies, six d'entre eux ont trouvé la mort. Parmi eux, trois étaient membres de la fanfare. Cinq casernes du bord de mer et trois autres à l'intérieur des terres ont été détruites lors du passage de la terrible déferlante sans oublier les habitations de certains membres de la fanfare. Les uniformes, de même que les instruments et les partitions ont été perdus. Avec la recherche des disparus et la reconstruction, le choc fut énorme et les pertes de proches ont éloigné de la musique certains d'entre eux, ce qui a conduit la fanfare à suspendre ses activités. Dans la préfecture de Miyagi, bien avant le séisme, il avait été question de mettre un terme aux activités des fanfares de pompiers. Une idée que partageait aussi DOI Kenichi, commandant d'une des brigades de pompiers. Mais trois années après la catastrophe, certains anciens musiciens de la fanfare ont exprimé le souhait de "se remettre à jouer". *"A peu près au même moment, des habitants, des associations et d'autres fanfares qui avaient joué avec nous se sont manifestés pour demander la reprise des activités. On nous a fait don d'instruments, y compris venant de familles d'anciens membres disparus lors de la tragédie. Tout cela m'a ému"*, raconte-t-il. C'est ce qui l'a poussé à redémarrer la fanfare.

La nouvelle fanfare compte 28 membres qui se sont efforcés de combler le vide de ces trois dernières années en procédant, de janvier à mars 2014, à des répétitions individuelles de trompette et de clarinette puis, à partir d'avril à des répétitions



Ishinomaki Hibi Shimbun

Première sortie réussie pour les pompiers musiciens le 1er août dernier.

石巻日日新聞

Comme nous vous l'avions annoncé dans notre numéro de mars, nous avons entamé la publication d'une série d'articles rédigés par l'équipe de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun* dans le but d'informer les lecteurs sur la situation dans l'une des villes les plus sinistrées. Malgré ses difficultés, ce quotidien local continue à enquêter et à apporter chaque jour son lot de nouvelles. Si vous voulez le soutenir dans sa tâche, vous pouvez vous abonner à sa version électronique pour 1000 yens (moins de 7 euros) par mois : https://newsmediastand.com/nms/N0120.do?command=enter&mediaId=2301



En attendant de recevoir leurs costumes, les pompiers ont joué en uniforme.

collectives suite à l'arrivée de quatre nouveaux membres.

Le 1er août, sous un soleil estival, de nombreuses manifestations se sont déroulées dans le centre d'Ishinomaki dans le cadre de la rituelle fête de la rivière. Un comité spécial baptisé "Le relais de la flamme" s'est formé pour qu'à l'occasion des Jeux olympiques de 2020 à Tôkyô, la flamme olympique puisse passer par Ishinomaki. Il s'agit non seulement d'attirer la flamme olympique, mais aussi encourager la population locale à promouvoir la course à pied chez les jeunes. C'est ainsi que dix élèves de maternelle et de primaire inscrits au club sportif de la ville, animés par le même but, se sont relayés sur une distance de 500 mètres pour porter une copie de la flamme olympique. Une profusion d'encouragements et d'applaudissements s'est élevée des bords du parcours où était massée la foule comme si nous étions déjà en 2020. Ensuite, ce fut enfin au tour de la fanfare des pompiers d'intervenir aux sons d'une musique légère. En tête de cortège, on pouvait lire sur une banderole son nouveau slogan : *"Pour la reconstruction de notre cité et la lutte contre les incendies faisons confiance en la musique"*. Les costumes de la fanfare n'étant pas encore tout à fait terminés, ses membres ont défilé dans leurs uniformes de pompier sous une pluie d'applaudissements chaleureux de la part des citoyens en attente de la reconstruction.

Pour KIMURA Yoshinari qui la dirigeait, *"la fanfare est proposée par une organisation qui lutte contre les catastrophes et qui reste très proche des habitants. Je souhaite renouveler plus régulièrement cette expérience. Notre musique apporte un grand soutien moral à la population. Voilà pourquoi nous n'arrêterons pas de répéter"*. Cette année, HONMA Sakurako a rejoint la fanfare en tant que trompettiste. *"Je débute totalement avec cet instrument, mais je vais m'entraîner de toutes mes forces pour répondre à l'attente de tous"*, assure-t-elle. Un engagement dont personne ne doute.

YOKOI YASUHIKO



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Depuis la création de la norme des petites cylindrées à la fin des années 1940, les keijidôsha ont contribué au développement économique des PME.

Petites, mais costaudes

Elles représentent désormais plus de 30 % des ventes de véhicules dans l'archipel. Les *keijidôsha* ont la cote.

Dans de nombreux pays, les plaques d'immatriculation des voitures livrent des informations utiles qui permettent de saisir certains aspects du pays. Aux Etats-Unis, elles sont souvent décorées en fonction de l'Etat d'où les automobilistes sont originaires. En France, pendant longtemps, les derniers chiffres permettaient de connaître les départements et souvent les parents occupaient leurs enfants en leur demandant le nom des préfectures voire des sous-préfectures. Au Japon, si l'on est capable de lire les kanji, on peut savoir de quelle ville ou de quel arrondissement (dans le cas des grandes villes) viennent les propriétaires. Mais grâce à la couleur de la plaque d'immatriculation, on peut aussi connaître le type de véhicule et son statut. La plaque blanche indique qu'il s'agit d'un véhicule ordinaire appartenant à une personne privée, la plaque verte signifie qu'il appartient à une entreprise et enfin la plaque jaune ou la plaque verte avec inscriptions en jaune désigne les *keijidôsha, K-cars* ou voitures légères dont la cylindrée ne doit pas dépasser les 660 cc et dont la longueur ne doit pas excéder les 3,40 mètres selon les dernières normes établies en 1998.
Si l'on se montre un tant soit peu attentif, on remarquera que ces plaques jaunes sont désormais omniprésentes quel que soit l'endroit où l'on se trouve. Même dans les grandes villes où elles sont encore minoritaires, on remarque depuis quelques années une augmentation sensible de leur nombre. Et dès que l'on sort des centres urbains, ces petits véhicules prennent l'ascendant sur les autres voitures comme si dans l'empire de Toyota, qui ne produit pas de *keijidôsha*, la majorité des Japonais voulaient montrer que les signes extérieurs de richesse ne passent pas forcément par la bagnole. Les voitures légères ne sont pas non plus un effet de mode. Leur existence ne date pas d'hier puisque les premières normes les concernant ont été élaborées en 1949 au moment où le pays se lançait dans sa reconstruction après la Seconde Guerre mondiale. A l'époque, la plupart des Japonais n'avaient pas les moyens de s'offrir une automobile digne de ce nom et les petites entreprises, dont l'activité a permis la relance de l'économie, avaient besoin de véhicules sans pour autant être en mesure de se payer des camions encore inabordables. C'est dans ce contexte que le marché des *keijidôsha* s'est développé avec une part très importante occupée par les véhicules utilitaires. Ce n'est qu'au milieu des années 1950 que les particuliers commençant à profiter de la croissance vont chercher à acquérir un véhicule. Et il faudra même attendre 1964, il y a 50 ans, pour que le phénomène *Maikâ (My Car)* se propage. A cette date, le nombre de véhicules circulant à Tôkyô franchit le seuil symbolique du million. La multiplication des autoroutes dans la capitale, mais aussi dans le reste du pays sous l'impulsion de gouvernements investissant massivement dans les travaux publics, va inciter les Japonais plus riches à se doter de voitures dignes de ce nom,



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Même si elles sont encore minoritaires dans les grandes villes, les voitures légères gagnent chaque année un peu plus de terrain.

oubliant les *keijidôsha* ou les laissant aux plus ringards. Devenu la deuxième puissance économique de la planète, le Japon devait tenir son rang et l'argent facile lié à la bulle financière des années 1980 a incité les Japonais à s'offrir les belles berlines dont les constructeurs ne cessaient de vanter les charmes à longueur de journée dans des films publicitaires. La crise économique des années 1990 conjuguée au vieillissement de la population va bouleverser une nouvelle fois le marché. Dans les campagnes où la proportion des personnes âgées augmente le plus rapidement, les foyers ruraux continuent de s'équiper en véhicules utilitaires de petites cylindrées, mais aussi pour des usages privés. La nécessité de se déplacer plus souvent pour des consultations médicales amène de nombreuses personnes à se tourner vers ce genre de voiture dont l'acquisition constitue encore une bonne affaire d'un point de vue fiscal. Toutes les conditions sont réunies pour que les ventes de petites cylindrées explosent. Aujourd'hui, la part des *keijidôsha* dépasse largement celle des voitures ordinaires dans la plupart des régions rurales.

Mais attention toutefois, ces véhicules n'ont absolument rien à voir avec les petites voitures sans permis que l'on rencontre sur les routes de campagne en Europe dont l'une des caractéristiques est de faire un bruit épouvantable et de polluer. Avec le temps, les petites cylindrées nippones se sont sophistiquées, proposant non seulement un confort au moins aussi bon que celui des autres voitures, mais aussi des innovations technologiques et techniques qui leur permettent d'attirer une clientèle nouvelle très exigeante. Les premières concernées sont les femmes pour qui la puissance du moteur ne constitue pas forcément l'atout principal d'une voiture. Surtout que la circulation urbaine ne permet pas de l'exploiter à fond et que les limites de vitesse sur les routes sont très strictes. Aussi attachent-elles davantage d'importance aux qualités écologiques du véhicule, à sa maniabilité dans un pays où les rues sont plutôt étroites et à une foule de détails qui rendent très plaisante l'expérience de conduite. La plupart des constructeurs automobiles l'ont compris et misent désormais sur cette clientèle pour augmenter leur part de marché. Le faible encombrement des *keijidôsha* permet aussi à un foyer de posséder deux véhicules – une berline ordinaire et une petite cylindrée – en aménageant sa place de parking (obligatoire pour tout achat de véhicule quel qu'il soit). Les marques – Suzuki, Honda, Daihatsu pour ne citer qu'elles – qui dominent le marché des petites cylindrées sont aussi conscientes de l'importance prise par l'accélération du vieillissement de la population y compris dans les grandes villes. Plutôt que de se tourner vers des voitures ordinaires, les plus de 65 ans qui, selon les dernières statistiques, représentent désormais 25,9 % de la population, appartiennent à cette génération qui a connu l'automobile. Pour autant, ils ne sont plus attirés par les grosses voitures qu'ils ont peur de manœuvrer, préférant conduire des *keijidôsha* confortables et très maniables. Aussi les constructeurs leur proposent d'ores et déjà des voitures qui répondent aux exigences de leur âge. Ils travaillent également sur le développement de véhicules intelligents permettant notamment d'éviter les obstacles ou de freiner automatiquement en cas de problèmes. En effet, un nombre croissant d'accidents de la route implique des conducteurs âgés. Pour éviter qu'on leur interdise de conduire, les marques planchent sur des modèles qui devraient assurer encore quelque temps leurs ventes. Elles s'intéressent aussi aux plus jeunes moins argentés que leurs parents au même âge, en mettant sur le marché des *keijidôsha* à l'allure sportive même si les performances n'ont rien à voir avec celles des petits bolides disponibles par ailleurs. Représentant aujourd'hui plus de 30 % des ventes de voitures, les petites cylindrées pourraient bien tailler des croupières aux autres voitures. Elles ont beau être petites, elles ont montré qu'elles avaient des muscles.

Odaira Namihei

TENDANCE **Ces dames sont chouchoutées**

Conscient de l'importance de séduire la clientèle féminine, Nissan a mis en place un nouveau concept baptisé *Ladies first.*

On dit souvent que tout ce qui concerne les voitures est une affaire d'homme. Toutefois, plusieurs études récentes montrent que la décision d'acheter une voiture est influencée par les femmes dans 80 % des cas et que l'achat d'un véhicule est décidé dans 65 % des cas par les femmes. D'ailleurs, dans la plupart des pays développés, il y a presque autant de conductrices que de conducteurs. La tendance est telle que dans un futur relativement proche, les femmes seront plus nombreuses à posséder un permis de conduire que leurs homologues masculins.

Plusieurs constructeurs automobiles ont pris conscience de cette évolution et s'arrangent pour répondre aux besoins et aux goûts de cette clientèle. A tel point qu'une entreprise comme General Motors a choisi de prendre comme PDG une femme. D'autres sociétés recrutent de plus en plus de femmes parmi leur personnel, y compris au niveau des ingénieurs. Elles créent des équipes de production féminines notamment au niveau du matériel et du design. En d'autres termes, tous les acteurs du secteur cherchent à développer de nouveaux véhicules et à trouver les moyens de les vendre à une clientèle spécifiquement féminine. Nissan est encore dirigé par un homme – le Franco-Brésilien Carlos Ghosn -, mais cela n'empêche pas le constructeur de miser sur les femmes pour assurer son avenir. En juillet, le patron de Nissan s'est exprimé au Club de la presse étrangère à Tôkyô pour expliquer que l'influence croissante des femmes dans l'industrie automobile constituait l'une des quatre tendances majeures du secteur. Afin de répondre à cette évolution et de mettre en pratique sa nouvelle stratégie, Carlos Ghosn a mis sur pied un système baptisé *Fjury (Female Jury, jury féminin)* au sein duquel un groupe de femmes est consulté pour donner son avis à chaque étape de la création d'un nouveau véhicule. Ce principe a été étendu au niveau commercial avec le lancement du slogan *Ladies first* (Les femmes d'abord). Il s'agit notamment d'aménager un premier ensemble de 300 concessionnaires dans tout le pays pour les rendre plus attractifs auprès des femmes.

L'un d'entre eux situé à Fuchû, dans la banlieue ouest de Tôkyô, est devenu un modèle du genre puisqu'il est dirigé par des femmes. Cela permet au constructeur de répondre à la volonté de son patron de s'adresser à la clientèle féminine. *"Notre objectif est de rendre plus facile et convivial l'achat d'un véhicule,* confie MARUYAMA Masayo qui dirige cette concession modèle. *Selon Carlos Ghosn, 80 % des femmes qui veulent acheter une voiture souhaitent que le vendeur soit du sexe féminin. C'est la raison pour laquelle il souhaite qu'au moins 50 % de ses équipes de vente soient composées majoritairement de femmes."* Pour répondre aux désirs du PDG de Nissan, Mme MURAYAMA a embauché plusieurs femmes à différents postes. Elle a créé une équipe féminine chargée de l'accueil qui prend en charge les enfants lors des rendez-vous avec une vendeuse, mais elle a aussi recruté des mécaniciennes qui peuvent expliquer aux clientes le fonctionnement des voitures sans avoir à utiliser un jargon inutile.



Nissan

Ladies first. Tel est le nom donné à la campagne lancée par Nissan pour séduire la clientèle féminine.

La réaction de la clientèle a été très enthousiaste. *"J'apprécie l'atmosphère qui règne ici",* explique une cliente. *"Je trouve que le nouveau hall d'exposition des voitures est bien plus agréable que par le passé et c'est franchement bien",* raconte une autre. *"Je viens ici pour recharger les batteries de ma voiture électrique Leaf. Pendant que je nourris mon bébé, mes autres enfants peuvent jouer dans l'espace qui a spécialement été aménagé pour eux",* assure une troisième.

"Nous pensons que les femmes doivent pouvoir acquérir une voiture de la même façon qu'elles achètent des vêtements ou des chaussures, souligne MARUYAMA Masayo. *Voilà pourquoi nous voulons insuffler une dose de légèreté à cette expérience*

d'achat". Quand on l'interroge sur ce qui différencie la cliente d'un client, elle remarque que les femmes ont un sens pratique beaucoup plus développé que les hommes. *"Elles préfèrent des voitures plus petites et plus manœuvrables. Elles accordent aussi beaucoup d'importance à la sécurité, à l'espace intérieur, à la qualité des matériaux, à la couleur du véhicule et à son impact sur l'environnement. Elles sont très sensibles à certaines options comme l'assistance pour se garer, la connexion de leurs appareils portables et tout ce qui facilite la conduite ou l'utilisation intuitive de la voiture"*, explique-t-elle.

Un autre élément notable est l'utilisation d'Internet que font les femmes pour obtenir des informations sur les véhicules. Après tout, ce n'est guère étonnant quand on sait que 50 % des utilisateurs de Twitter, 57 % des abonnés à Facebook et 68 % des possesseurs d'un compte Instagram sont des femmes. *"Quand elles achètent une voiture, les femmes préfèrent se tourner vers les moyens d'information numériques plutôt que vers le papier. Elles passent aussi beaucoup plus de temps à faire des recherches sur la Toile en quête d'articles sur les modèles qu'elles ciblent ou sur les personnalités qui les utilisent. Les hommes pour leur part se cantonnent la plupart du temps sur les spécificités techniques"*, confirme Mme MURAYAMA.

La responsable de la concession Nissan de Fuchû explique que les voitures de petites cylindrées sont les plus populaires chez les femmes. *"Elles figurent en haut de leur liste, car ce sont des voitures faciles à conduire dans des zones encombrées et des espaces restreints pour se garer"*, note-t-elle. *"Notre dernier modèle, la DAYZ ROOX a d'ailleurs été spécialement conçues pour la clientèle féminine. C'est d'ailleurs la première voiture chez Nissan qui a intégré le processus Fjury du début à la fin"*, ajoute-t-elle.

La DAYZ ROOX est équipée de nombreux gadgets qui font fureur chez les femmes. Elle dispose ainsi d'un système qui permet d'avoir une vue à 360° du véhicule et elle est aussi équipée d'un filtre à UV qui permet d'éliminer 99 % des rayons ultraviolets. *"Le système de vue à 360° permet à la conductrice de détecter des objets qu'elle n'aurait pas vu autrement. Ça permet aussi de l'aider à manœuvrer dans des rues étroites"*, explique Mme Murayama. *"Quant au filtre à UV, c'est le succès assuré quand on sait la peine que se donnent beaucoup de Japonaises pour éviter le soleil"*, assure-t-elle. D'autres équipements pratiques pour les femmes sont les portes coulissantes automatiques qui peuvent s'avérer très pratiques les jours de pluie ou lorsque la conductrice a les bras chargés. Par ailleurs, ce modèle dispose d'une hauteur sous plafond de 1,4 mètre, ce qui est très pratique si l'on veut changer un enfant, placer un bébé dans son siège-auto sans se cogner ou tout simplement si l'on veut transporter des objets volumineux. La Moco, un autre modèle de Nissan, a séduit de nombreuses conductrices. *"C'est un modèle plus ancien, mais il bénéficie d'une bonne cote,* reconnaît MARUYAMA Masayo. *La dernière version est particulièrement peu gourmande en essence et émet 75% de CO_2 en moins que les normes définies en 2005".*

Ces derniers modèles sont extrêmement importants au Japon dans la mesure où en plus d'être exonérés des taxes d'achat et de poids des véhicules, ces modèles bons pour l'environnement peuvent permettre de bénéficier d'aides de l'Etat qui veut favoriser le renouvellement du parc automobile.

JEAN DEROME



Nissan

Autre modèle très en vogue auprès des femmes, la Moco, notamment pour son côté écolo.


Nissan

La DAYZ ROOX de Nissan est particulièrement appréciée par les femmes pour son côté pratique.

RENCONTRE Le pape de la petite voiture

Peu connu en dehors de l'archipel, Suzuki Osamu a pourtant réussi à exporter sa marque dans le monde entier.

L'industrie automobile a toujours été dominée par des patrons hors-norme dont la vision a permis d'entraîner leur entreprise vers de nouveaux territoires ou de nouvelles directions. Au Japon, le monde économique et politique est composé d'une armée de bureaucrates aux cheveux gris qui travaillent souvent dans l'ombre pour le bien de leur société ou du pays. SUZUKI Osamu n'appartient pas à cette catégorie. Tout au long de sa carrière qui s'étale sur quatre décennies, le PDG de Suzuki Motor Corporation, aujourd'hui âgé de 84 ans, a modelé l'entreprise implantée à Hamamatsu selon sa propre philosophie. Il a ainsi développé ses activités à l'étranger en s'appuyant sur son expérience des petits modèles, ce qui lui a permis notamment de devenir leader sur le marché indien au cours de son premier mandat de président entre 1978 et 2000.

Né sous le nom de MATSUDA Osamu, le futur patron de Suzuki a d'abord été employé de banque avant d'entrer en 1958 chez Suzuki Motor Co. En raison de ses qualités, il a été choisi pour diriger l'entreprise et suivant une tradition bien japonaise, il a pris le nom de son épouse Shoko, la petite-fille du fondateur de l'entreprise, SUZUKI Michio. Devenu PDG en 1978, il est aujourd'hui l'un des patrons japonais en place les plus anciens du moins dans le secteur automobile.



A 84 ans, SUZUKI Osamu demeure l'un des patrons les plus respectés de l'archipel.

Suzuki Motor Corportaion

Comme la plupart de ses concurrents, le roi des petites cylindrées a aussi été victime de la crise économique qui a frappé le pays au début des années 1990. Mais il n'a jamais perdu la foi dans ses véhicules et continue encore aujourd'hui à les défendre. *"Elles continueront à bien se vendre"*, martèle-t-il. *"Les 41% de part de marché qu'elles occupent aujourd'hui dans l'archipel ne devraient pas baisser. On devrait rester aux alentours de deux millions de véhicules par an, car ce sont des véhicules peu gourmands en carburant et très maniables dans un pays où les rues sont plutôt étroites"*.

Célèbre pour son management personnalisé et pour sa politique de réduction des coûts menée dans le passé, SUZUKI Osamu insiste sur l'idée que son entreprise doit continuer dans cette voie. *"A l'avenir, les constructeurs qui produisent de petits véhicules comme nous vont devoir réduire encore plus leurs coûts de production s'ils veulent rester compétitifs sur le marché,* assure-t-il. *Produire des composants plus petits et plus légers ne suffit pas. Nous devons trouver les moyens de réduire encore nos coûts, mais cela ne doit pas se faire au détriment de la recherche et développement, un domaine dans lequel il faut continuer d'investir."*

A ceux qui disent que son entreprise se contente de produire des petites voitures bon marché, le PDG de Suzuki rappelle la longue liste des innovations techniques dont elle a été à l'origine. *"En 1955, Suzuki a été le premier constructeur à produire en masse un véhicule de petite taille, la Suzulight. Même s'il s'agissait d'une petite berline très abordable, elle proposait la traction avant, une suspension indépendante au niveau des quatre roues et un boîtier de direction à crémaillère. C'était à l'époque une véritable avancée technique puisque bon nombre de ces éléments n'ont pas été intégrés par d'autres constructeurs avant des années. C'est pourquoi je crois qu'il est important pour nous aujourd'hui d'augmenter nos investissements et de renforcer nos dépenses dans le domaine de la recherche. Par exemple, nous devons nous pencher sur la demande en véhicules autonomes, c'est-à-dire capables de gérer la conduite sans l'aide du conducteur. Il faut aussi s'intéresser davantage aux modèles les plus propres. On peut donc penser à limiter nos dépenses, mais en aucun cas, celles qui concernent la recherche et le développement"*, affirme-t-il.

En plus des innovations techniques dont il se fait un excellent avocat, SUZUKI Osamu est célèbre pour sa vision globale et sa capacité diplomatique à transformer son entreprise en l'une des plus importantes dans le secteur des petites cylindrées. Au lieu de chercher à concurrencer des constructeurs plus importants sur leur marché, il a préféré parcourir le monde à la recherche de nouveaux débouchés que ses concurrents avaient négligés. C'est en Thaïlande qu'il a commencé en 1967 avant d'implanter des usines dans l'ensemble de la région Asie-Pacifique. Une tendance qu'il entretient avec succès y compris depuis qu'il a entamé son second mandat à la tête de Suzuki en 2008. *"A l'époque, nous avions enregistré pour la première fois une baisse de nos profits liée en grande partie à un recul de la demande dans l'archipel. C'est là que j'ai pris conscience de l'importance du marché thaï-*

landais. Il y avait dans ce pays un besoin croissant d'automobiles et j'ai donc décidé de tenter ma chance dans ce pays", se souvient-il.

Délocaliser une partie de la production vers la Thaïlande ou encore se retirer complètement des Etats-Unis en 2012 constituent des manœuvres payantes pour SUZUKI Osamu qui a pu ainsi abaisser ses coûts. Toutefois, le PDG de Suzuki préfère mettre l'accent sur une stratégie de pénétration des marchés à long terme. *"L'un des principes a toujours été de "produire localement pour consommer localement" et j'ai toujours cherché à m'y tenir,* explique-t-il. *Lorsque vous arrivez sur un nouveau marché, vous ne pouvez pas juste vendre des voitures. Vous devez étudier et comprendre le pays où vous vous installez afin de trouver ce qui vous permettra d'installer une relation de confiance avec les consommateurs locaux. Regardez ce que nous avons réussi à faire en Inde. Quand nous nous sommes implantés, le marché était dominé par des voitures démodées. Nous avons évalué la situation et nous avons été en mesure d'inverser la tendance, en introduisant de petites voitures bien plus modernes, ce qui a totalement bouleversé le marché automobile local."*

Bien que l'Inde demeure le plus gros marché pour Suzuki, d'autres constructeurs ont fait leur apparition pour pouvoir profiter du gâteau, réduisant d'autant la suprématie de l'entreprise japonaise. Cela n'empêche pas SUZUKI Osamu de rester optimiste vis-à-vis de l'avenir. *"Nous espérons que l'Inde va accélérer son développement sous l'influence du nouveau Premier ministre Narendra Modi. Comme d'autres pays émergents, le développement de l'Inde est difficile à prédire. Le ralentissement économique enregistré ses dernières années a touché tous les constructeurs automobiles. Mais je reste très satisfait de notre part de marché dans ce pays où il y a une population importante qui veut des voitures de qualité. Cela reste un marché très lucratif pour nous. Nous avons ainsi pu améliorer nos ventes sur le territoire indien en adaptant nos modèles Wagon R et Alto aux besoins locaux. Notre filiale Maruti Suzuki va aussi lancer de nouveaux modèles pour préserver notre part de marché",* assure-t-il.

Sa confiance dans le marché indien, il la manifeste en construisant une nouvelle usine dans l'Etat du Gujarat, à l'ouest du pays. Elle devrait être achevée en 2017. *"Les routes y sont bonnes et la fourniture d'énergie y est assurée. Quand cette usine sera prête à démarrer, nous serons en mesure de produire 3 millions de véhicules contre 1,5 million aujourd'hui",* ajoute-t-il.

Suzuki peut aussi s'enorgueillir de n'avoir jamais enregistré de baisse de profits sous la direction de son PDG actuel. En 2013, l'entreprise a même enregistré un bénéfice record de 107,5 milliards de yens qui sera sans doute dépassé cette année avec une projection de 188 milliards de yens. L'action de Suzuki Motor a vu son cours faire un bond de 13%. Il est vrai que les revenus de Suzuki Motor sont bien inférieurs à ceux du géant Toyota, ce qui l'handicape pour investir dans la recherche et le développement. Néanmoins SUZUKI Osamu ne se sent pas pour autant infériorisé. *"Toyota est le numéro un. En tant que constructeur automobile, vous devez être en mesure de produire une gamme complète allant des petits au gros modèles. Néanmoins, Toyota ne produit pas de petites cylindrées de 660 cc et pourtant cela représente au moins un tiers du marché. En d'autres termes, même un géant comme Toyota n'est pas en mesure de conquérir ces 30 % tout comme d'ailleurs les autres grands constructeurs que sont General Motors, Volkswagen ou Fiat",* dit-il avec malice.

Cela ne veut pas dire que tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes. Tous les constructeurs japonais de petites cylindrées sont aujourd'hui confrontés à de nouveaux défis depuis que le gouvernement a décidé de ne plus aider ce secteur particulier comme il le faisait par le passé. Comme ces véhicules sont trop petits pour trouver leur place sur les marchés occidentaux, les autorités japonaises en ont tiré la conclusion qu'en cette ère de globalisation, les entreprises japonaises ne devaient pas gaspiller leur argent dans la recherche pour des véhicules qui ne seront jamais exportés. Cela a eu pour conséquence d'augmenter les taxes, en particulier celle portant sur ce type de voiture qui a enregistré une hausse de 50 %. Une décision qui n'a pas fait le bonheur de SUZUKI Osamu et l'a conduit à réagir. *"Pour moi, cela revient à pénaliser les plus faibles, c'est-à-dire tous ceux qui veulent acheter des produits abordables et de bonne qualité. Toutefois, puisque cela a été décidé et que cela semble irrévocable, cela ne sert à rien de se morfondre. Cette décision m'a obligé à réfléchir pour trouver une solution. Aujourd'hui je pense que nous devons travailler pour accroître la part de marché de ces petites cylindrées".*

Un autre sujet de mécontentement du patron de Suzuki Motor vis-à-vis du gouvernement est l'impact négatif que le Partenariat Trans-Pacifique (TPP), traité de libre-échange initié par les Etats-Unis, aura sur le marché des petites cylindrées. *"Le TPP n'a pourtant rien à voir avec ce marché. Le gouvernement américain estime néanmoins que l'existence de ces voitures constitue un obstacle à la vente des véhicules américains au Japon. Pourtant il n'existe aucune taxe à l'importation des voitures étrangères dans notre pays. Cela signifie que n'importe quel pays peut se lancer dans la production de véhicules de petites cylindrées pour concurrencer les constructeurs japonais sur un pied d'égalité",* explique-t-il.



DR

Le premier gros succès de Suzuki remonte à 1955 avec la Suzulight.

Interrogé sur l'augmentation de la TVA en avril qui est passée de 5 % à 8 %, Suzuki Osamu affirme que cela n'a pas pesé sur les résultats de son entreprise. *"Nos ventes au cours du premier semestre 2014 ont été à peu près équivalentes à celles de l'an passé à la même période. La politique du gouvernement a aussi permis d'augmenter les salaires pour la première fois depuis des années. Le bonus que les salariés ont reçu en juillet étant calculé sur leur salaire augmenté leur a permis d'obtenir un pouvoir d'achat plus important. Néanmoins, je me permets d'ajouter qu'une augmentation de salaire doit être planifiée avec soin. Je comprends les demandes du gouvernement en la matière, mais cela ne veut pas dire pour autant qu'une entreprise doit suivre la volonté des politiciens avant d'avoir vérifié ses propres comptes. Nous parlons bien du droit pour chaque entreprise de gérer librement son développement. Ce n'est qu'après avoir bien évalué les choses que nous pouvons dire ce qui est bon pour notre entreprise",* conclut l'homme qui reste aujourd'hui le pape de la petite cylindrée.

J. D.

INTERVIEW Du nouveau pour les anciens

AKAMINE Fumiaki, rédacteur en chef de *K Car Special* évoque l'attrait des personnes âgées pour les petites cylindrées.

Depuis leur apparition en 1949, les petites cylindrées ont attiré les conducteurs qui, pour différentes raisons, n'avaient pas besoin d'un véhicule ordinaire. Il existe aujourd'hui quelque 20 millions de *keijidôsha* sur les routes nippones. Elles sont devenues "les jambes des gens" comme on dit souvent dans l'archipel. En raison de leurs caractéristiques, ces voitures sont très appréciées des femmes et des personnes âgées. Ces dernières représentent d'ailleurs 30 % des propriétaires de ce type de véhicule. Nous avons rencontré AKAMINE Fumiaki, rédacteur en chef de K Car Special, le magazine qui leur est consacré, pour qu'il nous parle de l'avenir de ces voitures dans une société vieillissante.

Pourquoi les petites cylindrées sont-elles si appréciées des personnes âgées ?

AKAMINE Fumiaki : Les raisons sont multiples. Tout d'abord, elles sont de petite taille. Elles sont faciles à conduire et à garer. Beaucoup de personnes veulent ou doivent encore conduire après 60 ans. Ces véhicules constituent leur meilleure option parce qu'ils sont pratiques et que la plupart des modèles se sont améliorés en termes de sécurité notamment.

La plupart des petites cylindrées se concentrent dans les petites villes et les zones rurales, c'est-à-dire là où l'on rencontre le plus de personnes âgées.

A. F. : Tout à fait. Pourtant on pense souvent à tort que ce genre de véhicule se retrouve essentiellement dans les grandes villes souvent encombrées où les places de parking sont réduites à la portion congrue. La plus forte concentration de petites cylindrées se trouve dans les zones rurales alors que, dans les grands centres urbains comme Tôkyô, Ôsaka ou la préfecture de Kanagawa, leur nombre est nettement plus faible. Ainsi, dans la préfecture agricole de Tottori, à l'ouest du pays, on atteint un taux de 98 % de propriétaires de *keijidôsha* contre à peine 11 % à Tôkyô et 20 % à Yokohama.

Comment expliquez-vous cette différence ?

A. F. : Dans les grandes cités, les gens ont la possibilité de se déplacer en bus ou en métro, un luxe que les habitants des petites villes n'ont pas. En d'autres termes, plus la ville est petite, plus les transports en commun sont insuffisants. C'est la raison pour laquelle 60 % des ventes de petites cylindrées se réalisent dans les villes de moins de 100 000 habitants ou dans les zones rurales. Dans ces endroits, les transports publics sont tellement peu adaptés qu'en l'absence de voiture, il est quasiment impossible de se déplacer.

Quelle est la place des personnes âgées dans cette équation ?

A. F. : La plupart d'entre elles vivent dans ces endroits tandis que les plus jeunes préfèrent s'installer dans les grandes villes. Il y a des endroits où il n'y a pas de commerces situés à distance raisonnable. Pour ceux qui travaillent encore, les transports en commun sont nettement insuffisants. Selon de récentes études, 30 % des propriétaires de petites cylindrées ont 60 ans et plus. Le pourcentage passe même à 50 % lorsque vous ajoutez les véhicules d'entreprise. Ce qui signifie que l'âge moyen d'un conducteur de *keijidôsha* est de 50 ans.



Le numéro d'octobre 2014 de K Car Special.

J'imagine que toutes ces personnes ont été déçues par les récentes mesures fiscales qui ont visé ce type de véhicules.

A. F. : Evidemment. Dans les zones rurales où les transports publics sont quasi inexistants, il n'est pas rare de compter 2 ou 3 voitures légères par foyer. Avec les mesures gouvernementales, les gens ont vu leurs taxes augmenter de 50 000 yens ou plus par an. Malgré cela, ce type de véhicule reste la meilleure solution pour ces personnes.

A l'occasion du dernier salon de l'automobile qui s'est tenu à Tôkyô, en novembre dernier, un nouveau genre de très petites cylindrées a fait son apparition. Pouvez-vous nous en dire plus ?

A. F. : Il s'agit de petits véhicules électriques qui peuvent accueillir une ou deux personnes. Les *keijidôsha* peuvent mesurer jusqu'à 3,4 mètres de long. Mais ces nouveaux modèles peuvent faire un mètre de moins, ce qui les rend très faciles à garer. Ils sont également très pratiques pour les courtes distances dans la mesure où 60 % des trajets automobiles au Japon ne dépassent pas les 10 kilomètres. Ces voitures sont très écolos du fait de leurs très faibles émissions de CO_2. Un autre avantage est lié à leur forme plutôt carrée ce qui permet de s'y installer ou d'en sortir plus facilement. C'est un point important pour les personnes âgées. Lors du salon, Toyota a présenté sa T-Com, une voiture électrique ultra-compacte, qui mesure 2,4 mètres de long sur 1,1 mètre. Elle permet de faire 50 km à une vitesse maximum de 50 km/h.

Quels sont les modèles que vous recommanderiez à des personnes âgées ?

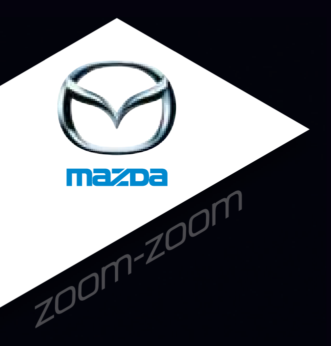
A. F. : Tout d'abord, la Honda N Box+ qui est parfaitement adaptée. Pour les personnes en fauteuil roulant, je conseillerais la Honda N Box+ spéciale chaise roulante qui a été présentée en avril dernier. C'est une voiture qui dispose de nombreux avantages à tel point que l'on pourrait la qualifier de véhicule de bien-être. Les sièges à l'arrière sont facilement escamotables de telle façon qu'il est très facile d'embarquer son fauteuil. L'intérieur est également configurable selon les différents besoins.

Les Suzuki Solio et Alto Eco constituent aussi de bons choix. La Solio est très bien pour les gens qui n'aiment pas les *keijidôsha*, mais qui n'ont pas assez confiance en eux pour conduire une berline plus grande. Il est facile d'y monter et d'en sortir grâce à ses portes qui s'ouvrent en grand. A l'arrière, les portes sont coulissantes, ce qui permet d'embarquer facilement un fauteuil roulant. L'Alto Eco est peu gourmande en carburant et le siège conducteur surélevé facilite la conduite.

La manœuvrabilité est un élément important pour les personnes âgées, mais pour certaines d'entre elles, l'aspect de la voiture compte beaucoup, surtout quand elles sortent leur voiture pour des occasions solennelles comme des réunions de famille par exemple. Dans ces cas-là, elles auront plutôt tendance à opter pour une berline. Pour ce type de véhicule, je recommande la Toyota Premio. Elle est sortie en 2001, mais elle reste très populaire. Elle est plus luxueuse que l'Allion qui s'adresse davantage aux familles. La Premio est une berline compacte qui a l'avantage d'être facilement manœuvrable.

PROPOS RECUEILLIS PAR J. D.

AU-DELÀ DES CONVENTIONS



MAZDA6

ÉQUIPÉE DES TECHNOLOGIES SKYACTIV



2.2L D 150 CH **3.9 L/100 KM** **104 G CO_2/KM**

DÉJA EN CONFORMITÉ AVEC LA FUTURE NORME EURO 6



Mazda va au-delà des conventions pour concevoir des modèles aux performances environnementales de premier plan sans faire de compromis avec le plaisir de conduite. Le design KODO (l'âme du mouvement) confère à la Mazda6 des lignes affirmées et grâce aux technologies SKYACTIV, sa version berline Diesel 150 ch émet seulement 104 g de CO_2/km pour une consommation en cycle mixte de 3.9 L/100 km. La Mazda6 intègre une panoplie de systèmes de sécurité intelligents pour une meilleure protection des occupants. Disponible aussi en version Wagon.





Mazda6 Berline 2.2L SKYACTIV-D 150 ch, boîte manuelle, consommation mixte de 3.9 L/100 km, émissions de CO_2 de 104 g/km.
Mazda6 Wagon 2.2L SKYACTIV-D 150 ch, boîte manuelle, consommation mixte de 4.2 L/100 km, émissions de CO_2 de 110 g/km.

(1) Au 1er terme échu.
Mazda Automobiles France, 34 rue de la Croix de Fer – 78100 Saint Germain-en-Laye, SAS au capital de 304 898 € - RCS Versailles 434 455 960.

Suivez Mazda France

CINÉMA Kawabata sur grand écran

Entre 1926 et 2008, 26 des romans de KAWABATA Yasunari ont fait l'objet de 41 adaptations. Outre les multiples versions de *La danseuse d'Izu,* on compte plusieurs films tournés par NARUSE Mikio, dont le goût pour la subtilité et un certain pathos rencontraient sans doute dans les romans de KAWABATA une correspondance idéale. Il est donc tout à fait normal de retrouver parmi l'exceptionnelle programmation consacrée aux œuvres du romancier portées à l'écran *Le Grondement de la montagne (Yama no oto,* 1954), un monument du 7e art interprété avec grâce par HARA Setsuko. Du 4 au 25 octobre, la



Le grondement de la montagne, ©1954 TOHO CO., LTD

Maison de la culture du Japon à Paris vous propose de le retrouver ainsi que 12 autres films signés YOSHIDA Kijû, SHINODA Masahiro, NISHIKAWA Katsumi, NAKAMURA Noboru, NOMURA Yoshitarô ou encore SHIMIZU Hiroshi. A ne pas manquer.

101 bis, quai Branly 75015 Paris
Tél. 01 44 37 95 01 - Tarif unique : 5€

MANGA Le livre à dévorer

Grand succès commercial au Japon, ce manga mérite amplement d'être aujourd'hui servi aux lecteurs français qui, nous n'en doutons pas, apprécieront l'enthousiasme de cette histoire. En dépit de son titre guerrier, il ne s'agit pas d'un récit violent, mais de l'expression d'une passion à l'égard de la cuisine au travers du destin de Sôma Yukihira, un jeune cuisinier qui rêve de devenir un grand chef. Pour y parvenir, il devra faire ses preuves dans une école très sélective où sa persévérance et son talent seront mis à dure épreuve.



Food Wars ! (Shokugeki no Sôma) de TSUKUDA Yuto et SAEKI Shun, éd. Tonkam, 6,99€

CINÉ-CLUB Vichy à l'heure d'Okinawa

Pour la troisième saison de son Rendez-vous avec le Japon au cinéma Etoile Palace à Vichy, *Zoom Japon* est heureux de vous présenter *Tabidachi no shima-uta, Jûgo no haru [Le printemps de mes 15 ans],* film inédit signé YOSHIDA Yasuhiro. Un long-métrage qui a pour cadre une petite île d'Okinawa où l'on cultive la canne à sucre et que l'on doit quitter lorsqu'on veut aller au lycée. Pour ce premier film, rendez-vous le mardi 14 octobre à 20h30. Tarif de la soirée à 7 euros.

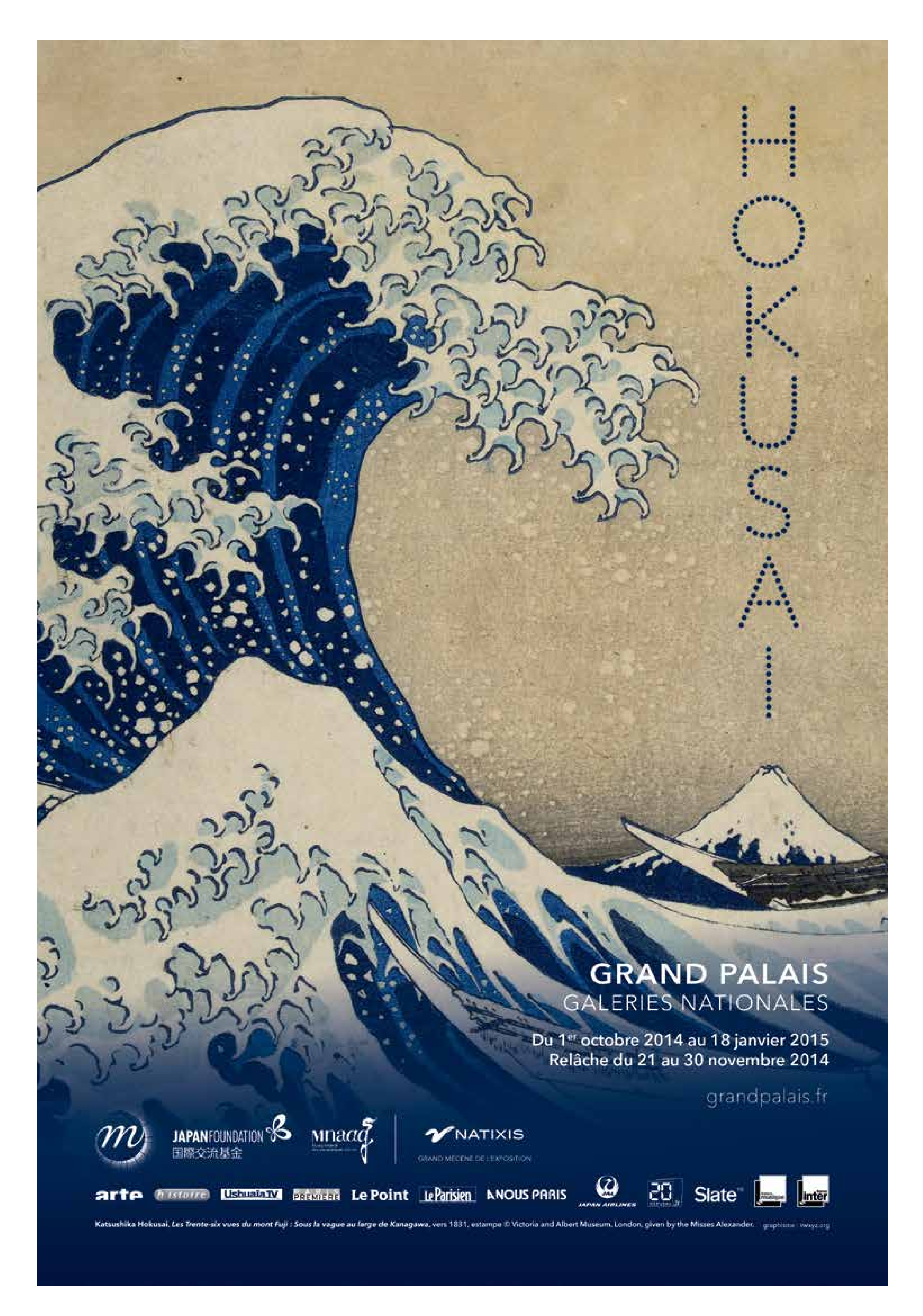
Centre commercial Les quatre chemins
35 rue Lucas - 03200 Vichy
www.rendezvousaveclejapon.fr

HUMEUR par KOGA Ritsuko

Les leçons de l'automatisme

Je rêvais de conduire en France. Mon vœu a été exaucé grâce à la voiture automatique que mon mari a achetée. Mais plus précisément c'est moi qui ai payé la partie automatique, c'est-à-dire la boîte automatique qui coûtait 20 % plus cher que la boîte manuelle. J'ai donc pris en charge le surcoût, car c'est moi qui la voulais. Il avait hésité au début comme la plupart des Français qui disent souvent "*j'aime bien passer les vitesses, c'est la sensation qui compte, avec une boîte automatique on ne fait rien, c'est nul*". Je veux bien croire que certains d'entre eux aiment vraiment conduire, mais comment se fait-il qu'autant de Français, qui souvent évitent de faire des efforts, ne sont pas pour l'automatisation ? Bien évidemment, il y a des choses qui doivent rester manuelles plutôt qu'automatiques, comme les toilettes publiques de Paris dans lesquelles je ne suis jamais tranquille par exemple. Par contre, quand je suis venue en France en 1989, j'ai été surprise par les cuisines ordinaires équipées de lave-linge, de sèche-linge et de lave-vaisselle alors que la France avait, dans l'ensemble, 30 ans de retard en technologie à mes yeux par rapport au Japon. Ils savent donc profiter de l'automatisation, mais ils ont un blocage avec les véhicules. Il faut que vous sachiez que toutes mes connaissances qui ont eu une bagnole automatique disent sans exception "*Ça n'a rien à voir avec les autres, c'est cool ! Tu devrais essayer*", y compris désormais mon mari. D'ailleurs pourquoi vend-on les voitures automatiques plus chères dans un pays comme la France qui se présente comme un pays moderne ? Ça n'aide absolument pas les gens à avoir une vie plus simple. Je pense qu'avec une boîte de vitesse automatique, on entendrait sûrement moins les gens crier au volant "*P... de merde ! Espèce de C... !*" et il y aurait moins de personnes âgées donnant la nausée à leurs passagers. Ça fait rêver, non ?



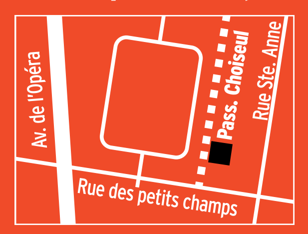

HOKUSAI
GRAND PALAIS
GALERIES NATIONALES
Du 1er octobre 2014 au 18 janvier 2015
Relâche du 21 au 30 novembre 2014
grandpalais.fr
JAPANFOUNDATION
国際交流基金
NATIXIS
GRAND MÉCÈNE DE L'EXPOSITION
arte
Ushuaïa TV
PREMIERE
Le Point
Le Parisien
A NOUS PARIS
JAPAN AIRLINES
Slate
Inter
Katsushika Hokusai, *Les Trente-six vues du mont Fuji : Sous la vague au large de Kanagawa*, vers 1831, estampe © Victoria and Albert Museum, London, given by the Misses Alexander.

C'est bon JAKEN
~Étonnant HIROSHIMA

17-18 OCT.

Hiroshima, vous connaissez sans doute tous ce nom, symbole de la paix. Mais savez-vous qu'il s'agit également de la préfecture gorgée de vie et de nature qui nous offre des produits alimentaires variés et riches ? Venez déguster cette région délicieuse qui s'expose à Paris !

Espace Chinko
12 Passage Choiseul
75002 Paris
M° Pyramides, Opéra



Entrée libre

JAKEN
est un mot du patois
de Hiroshima.
Il est apposé à la fin d'un mot
pour exprimer l'insistance
ou quand on donne
une explication.

Vendredi 17 et samedi 18 octobre 2014

11h-20h
(horaires d'ouverture provisoires.)

Saké JAKEN

Hiroshima est une région incontournable pour la production de saké. Son climat permet de fabriquer du saké de qualité dans de nombreuses maisons. Ne manquez pas de profiter de cette occasion exceptionnelle pour déguster une ligne de sakés incroyables réunies au cœur de Paris !





▶ Brasseries + sakés conseillés à découvrir sur place

Umeda : Honshuichi Muroka Junmai. **Enoki** : Hanahato Kijo 8 ans d'âge. **Kamoizumi** : Kamoizumi Junmai Shusen Honjikomi. **Kamotsuru** : Kamotsuru Itteki Nyukon. **Suishin Yamane** : Houou Suishin Ultimate Daiginjo. **Fujii** : Ryusei Junmai Daiginjo (Black label). **Miyake** : Sempuku Yamahai Daiginjo Kura Kaori. **Morikawa** : Hakuko Yondan-jikomi Junmai (Red label). **Chugoku Jozo** : Seishu Ichidai Aimisen Daiginjo.

Hiroshima bénéficiant d'une nature riche et abondante abrite de véritables trésors culinaires. Découvrez ses nombreux produits *bimi* et uniques !

Bimi JAKEN

美味 Le mot *Bimi* exprime ce qui est succulent en japonais.



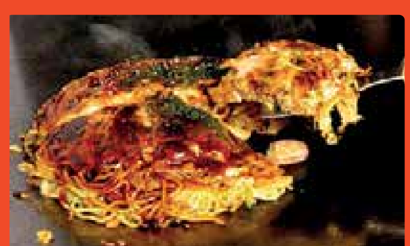


Hiroshima, c'est la première productrice de citron au Japon grâce au climat clément de la mer intérieure. Venez l'apprécier à travers divers pâtisseries utilisant ce fruit typique de la région.



Okonomiyaki

Hiroshima est connue pour plus de 2000 restaurants d'okonomiyaki. Régalez-vous de cette véritable source d'énergie régionale !!!



匠 Takumi JAKEN

Hiroshima soutient différents artisanats ou techniques régionales tels qu'aiguilles à coudre, bijoux à base de perles, objets réalisés à partir de tissus de kimono, sacs, bicyclettes, et les fameux pinceaux de Kumano.





La préfecture de Hiroshima est située à 4h de Tokyo et à 1h30 environ de Kyoto et Osaka en shinkansen. (Japan Railway)

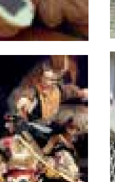




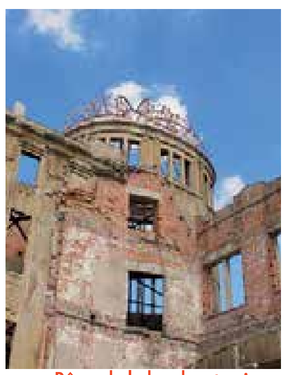
Hiroshima JAKEN

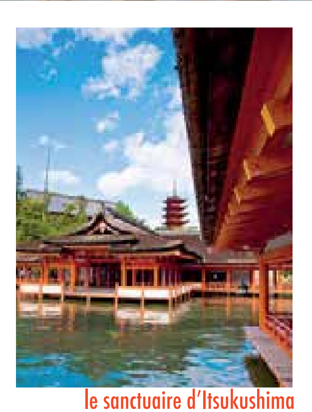
Avec sa mer intérieure, ses montagnes, ses rivières, ses vallées et ses plaines, la préfecture de Hiroshima possède tant de paysages variés qu'elle est surnommée «de Japon en miniature» . En plus des produits de la mer et du terroir, vous pouvez profiter des paysages de cerisiers en fleurs au printemps, de la baignade en mer en été, et du spectacle de la végétation qui change de couleur en automne. Tout au long de l'année, il est possible de profiter agréablement des paysages et des bienfaits que propose la préfecture de Hiroshima.







le sanctuaire d'Itsukushima

Deux patrimoines mondiaux

Les deux patrimoines mondiaux de Hiroshima, le dôme de la bombe atomique (Genbaku Dome) et le sanctuaire d'Itsukushima à Miyajima, sont des endroits à découvrir absolument.



Shihori NAKANISHI, spécialiste de la réalisation de bentô à la mode kawaii, venue de Hiroshima donne des démonstrations spéciales o-bento !

Vendredi 17 octobre : 12h, 15h, et 18h
Samedi 18 octobre : 13h, 15h30, 18h
(Programme provisoire)





Idoles J-POP, Pink Babies
Après Perfume, Riho Sayashi des Morning Musume, Suzuka Nakamoto de Babymetal, voici **Pink Babies**, la nouvelle idole venant de Hiroshima promise à un bel avenir.

Mini-concert
(Programme provisoire)

Vendredi 17 octobre
(1) 13h30 (2)19h00
Samedi 18 octobre
(1) 11h30 (2) 16h30 (3) 19h00

Organisation
Comité d'organisation du Salon de Hiroshima :
- Préfecture de Hiroshima
- Ville de Hiroshima
- Ville de Higashihiroshima
- Ville de Kumano
- Ville d'Onomichi
- Chambre de commerce de Hiroshima

Invités JAKEN



Hisayuki TAKEUCHI
Chef du restaurant *Kaiseki*, Paris
Vendredi 17 octobre à 16h00



Sylvain Sendra
Chef du restaurant *Itinéraire*, Paris
Samedi 18 octobre à 14h00

Show spécial Otsumami

L'otsumami est un petit en-cas pour accompagner le saké. Deux grands chefs invités vous présentent chacun ses otsumami raffinés et savoureux !



DVD Kurosawa s'invite dans votre salon

***Real*, distribué au printemps dernier, sort en DVD et Blu-Ray. L'occasion de (re)découvrir ce chef-d'œuvre.**



Version Originale / Condor

SATÔ Takeru et AYASE Haruka, les deux principaux rôles du film de KUROSAWA Kiyoshi.

Après la série télévisée *Shokuzai* (devenue à l'exportation un diptyque au cinéma) qui a permis au réalisateur de *Kairo* de retrouver grâce auprès des producteurs, *Real* est sorti sur les écrans français au printemps dernier. Avec pour thématique la frontière entre le réel et l'irréel, ce film a donné à KUROSAWA Kiyoshi la possibilité d'explorer d'autres horizons comme le rêve, la création et l'inconscient. Le succès de *Shokuzai*, adaptation d'un roman de MINATO Kanae, lui a ouvert de nouvelles perspectives. Lui, qui s'était jusque-là cantonné à tourner ses propres histoires, a trouvé un intérêt particulier pour ce nouveau projet adapté d'un livre signé INUI Rokurô. A ses yeux, le plus intéressant était de pouvoir sortir de la ville, de Tôkyô en particulier où il a beaucoup tourné dans le passé. *"Il se trouve que pour* Real*, dans le roman original, il y avait toute cette partie qui se déroule sur une île du Pacifique. J'avais déjà parcouru ce genre d'endroits en tant que visiteur, mais je n'en avais jamais filmé. Je ne savais pas du tout comment aborder la chose. Quelle mise en scène fallait-il adopter ? Je n'ai pas encore trouvé la formule. Je ne suis pas persuadé d'avoir bien réussi à le faire, mais c'est un nouveau champ d'exploration pour moi"*, nous expliquait le réalisateur en avril dernier. En revisionnant le film, désormais disponible en DVD et Blu-Ray, on se rend compte à quel point justement KUROSAWA Kiyoshi a réussi son approche de ce nouveau territoire cinématographique qui s'offrait à lui. Dans ses réalisations passées comme *Tokyo Sonata,* voire les premières minutes de *Real* notamment dans l'appartement du couple, il était arrivé à une maîtrise parfaite du cadre grâce à la présence de ces lignes omniprésentes dans l'univers urbain au Japon. *"Il existe beaucoup de choses qui ressemblent à des cadres qui sont délimités par une verticalité et une horizontalité. Ce n'est pas forcément très agréable à vivre, mais c'est très cinématographique"*, confirmait-il. Avec cette nouvelle ouverture et le recours au format VistaVision, KUROSAWA Kiyoshi a ainsi pu nous entraîner dans un univers qui se trouve hors-champ et en adéquation avec le propos du film. L'intérêt de posséder le DVD ou le Blu-Ray de ce film est de pouvoir mieux saisir, en le visionnant plusieurs fois, le travail accompli par ce metteur en scène de génie dont le niveau égale celui de son illustre homonyme.

Ensuite, on peut apprécier l'intelligence avec laquelle le cinéaste a adapté ce roman qu'il jugeait au départ un peu confus. Avec la technologie "contact", technologie qui permet de pénétrer dans le subconscient d'une personne comateuse, KUROSAWA ouvre un espace assez large pour nous raconter les méandres de l'âme humaine. Non seulement on entre en contact avec Atsumi (AYASE Haruka) plongée dans le coma, mais surtout on s'immerge dans son inconscient, ses rêves, ses souvenirs et ses peurs. Tout au long du film, le cinéaste nous fait passer cette frontière entre le réel et l'irréel, créant un flou artistique auquel on finit par prendre goût. Et quand la dernière scène s'achève, on se demande si nous ne nous sommes pas nous-mêmes encore perdus au milieu de cet espace étonnant. Une pépite à conserver chez soi.

GABRIEL BERNARD

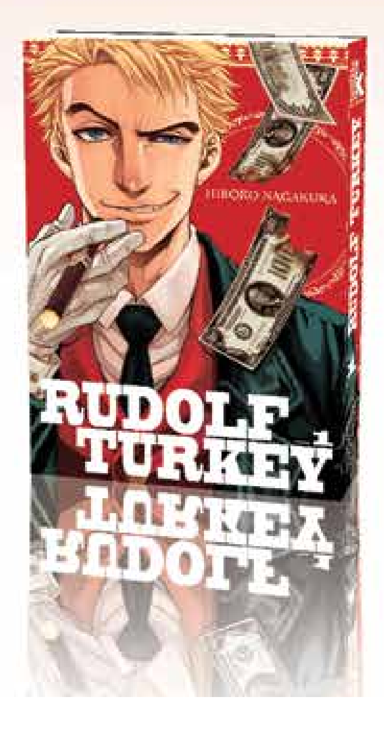
RÉFÉRENCES

Real (Riaru : Kanzen naru kubinagaryû no hi), de KUROSAWA Kiyoshi est disponible en DVD et Blu-Ray chez Condor Entertainment. 20 € (DVD) et 25 € (Blu-Ray).









RUDOLF TURKEY

SON NOM : RUDOLF TURKEY.
SES ATOUTS : L'ARGENT ET LE POUVOIR.
SON CARACTÈRE : ARROGANT ET INSOLENT.
LES RAISONS D'EN VOULOIR À SA VIE : INFINIES.

LE 09 OCTOBRE EN LIBRAIRIE



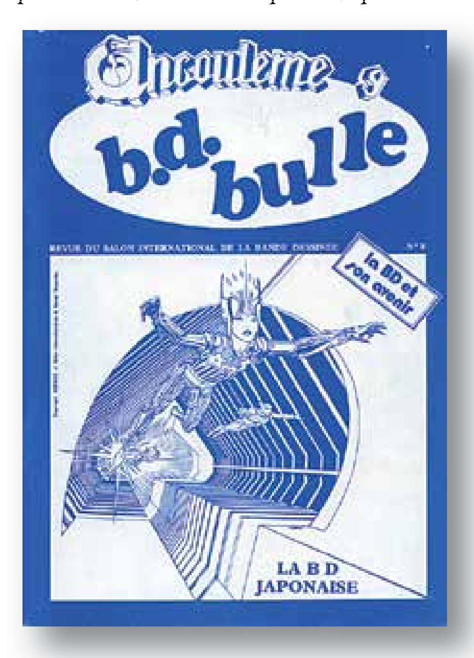
VIE Un mousquetaire appelé Takemoto

Pionnier du manga en Europe, amoureux de la culture andalouse, cet éternel touche-à-tout rêve d'aider les enfants de Fukushima.

S'il existe une antithèse du salaryman japonais, c'est sûrement TAKEMOTO Motoichi. Membre de l'orchestre philharmonique de Suisse-romande, guide pour touristes japonais, professeur d'arabe, chanteur de flamenco, il a tellement de talents et d'occupations qu'il semble submergé par son propre destin. D'ailleurs, il a changé de prénom pour prendre celui d'un mousquetaire - Athos - comme pour mieux affronter la fatalité - et doit être le seul Japonais à porter le bouc sans paraître ridicule. *"Je suis en train d'apprendre la cuisine japonaise et espagnole. Je vais ouvrir un lieu en Andalousie pour accueillir les enfants de Fukushima",* raconte-t-il alors qu'il revient d'un entraînement d'équitation à Paris. Il n'a pas pris la peine de se changer et arpente les rues de la capitale avec son casque et ses bottes de cavalier comme si le monde lui appartenait. Portrait d'un Japonais peu ordinaire.

"Je suis né à Tôkyô en 1953. Mon père travaillait comme administrateur chez Tôkyô Gas, l'équivalent de GDF. A l'époque, je voulais devenir vétérinaire, mais la fac a été fermée à cause des manifestations de l'extrême gauche. C'est alors que mon père a décidé de m'envoyer en Australie". Ce voyage est le début d'une vie très mouvementée. Mais pourquoi l'Australie ? *"Je jouais dans une fanfare à la fac japonaise. Et j'ai trouvé un vinyle de brass band australien de l'armée du salut qui m'a épaté. Donc je suis parti au pays des dingos et des kangourous",* explique TAKEMOTO qui portait encore le prénom Motoichi à cette époque. Il reste trois ans à Melbourne. Puis s'embarque vers l'Europe, direction Genève. Il a rencontré un hippie australien qui lui a donné l'adresse d'une fanfare et un endroit où dormir, chez sa mère.

"J'ai débarqué dans le port de Milan en passant via Le Cap après 23 jours de bateau !" TAKEMOTO a 21 ans quand il arrive à Genève avec comme tout bagage son cor d'harmonie Yamaha. *"Je me suis inscrit au conservatoire philharmonique de Suisse romande pour avoir un visa et puis j'ai commencé à travailler comme guide touristique",* se souvient-il. Sur son CV de trois pages, il y a, en effet, marqué *"guide free-lance de 74 à 83",* activité qu'il exerce grâce au français qu'il a appris on ne sait quand, en deux temps trois mouvements, comme l'espagnol, l'anglais et l'arabe. *"Comme tous les porteurs dans les hôtels en Suisse étaient espagnols, j'ai donc appris l'espagnol",* explique-t-il avec le plus grand naturel. Il se trouve que plus tard Athos révélerait un don pour le chant flamenco et forgerait son identité autour d'un axe arabo-andalou-japonais. Mais pour l'heure, notre mousquetaire, qui s'ennuie



La première présentation du manga en France signée Atoss Takemoto en 1982

collection Claude Leblanc

peut-être de gagner autant d'argent grâce aux commissions des vendeurs de Rolex chez qui il amène les touristes japonais, décide d'endosser le costume d'éditeur. Il devient sans le savoir le pionnier du manga en Europe en créant une revue avec Rolf Kesselring, un professionnel suisse toujours à la recherche de nouveautés. Complètement inconnu au moment de sa sortie, *Le Cri qui tue*, dans lequel il publie des mangas en français, a fini par percer… au bout de trente ans alors que tous les exemplaires sont épuisés depuis longtemps. *"C'est Rolf qui a trouvé le nom de la revue, car ça sonnait bien. On a commencé à traduire des mangas de TATSUMI Yoshihiro, TEZUKA Osamu, SAITÔ Takao… ",* se rappelle TAKEMOTO. La maison d'édition, elle, porte le pseudonyme de notre avant-gardiste : "Atoss Takemoto éditeur". Mais faute de moyens, *Le Cri qui tue* cesse de paraître en 1983 après quatre années d'existence. *"Mon seul regret est que je n'ai pas pu publier le dernier épisode du* Système des super-oiseaux *de TEZUKA Osamu* [Le manga sera publié ultérieurement chez Delcourt sous le titre *Demain les oiseaux*]. *Si on avait continué, on serait millionnaires à l'heure qu'il est !"* En effet, certains des auteurs qu'il a été le premier à traduire sont aujourd'hui édités par les grandes maisons d'édition françaises spécialisées. Mais Athos a tout de même réussi à faire reconnaître son génie visionnaire en écrivant dès 1982 dans *b.d. bulle,* la revue du Festival de la Bande dessinée d'Angoulême, un dossier de quarante pages intitulé *La bande dessinée du bout du monde : Le Japon*. Puis il tire sa révérence et tourne le dos au monde du manga en 1984, après une prestation très remarquée comme chef d'orchestre de la première fanfare BD de l'Histoire ! *"Nous avons joué au Festival d'Angoulême grâce à des partitions pour orchestre d'harmonie de Popeye, la Panthère rose, Candy Candy etc. qui sont introuvables en France mais qu'on avait pu acheter au Japon !"* lance Athos sur



Célia Bonnin pour Zoom Japon

un ton passionné, avant d'ajouter : *"Personne ne le sait mais les fanfares japonaises ont le meilleur niveau musical au monde !"*

Passablement ruiné par l'aventure éditoriale du *Cri qui tue*, Athos embarque pour la Tunisie où il travaille huit mois comme interprète dans un projet de construction japonais. Jamais pris au dépourvu à l'étranger, il commence à apprendre l'arabe. Il retourne ensuite à Genève avant de partir pour Paris en 1985. *"J'étais jaloux d'un guide qui parlait sans cesse du Moulin Rouge, du Bateau-mouche. A l'époque, j'étais prétentieux ! Il fallait que je fasse pareil, que j'aille à Paris"*. Après presque trente ans passés dans la capitale, notre Japonais peut se vanter d'être devenu "Ambassadeur de Montmartre", une république fondée en 1921 dont la devise est *"Faire le bien dans la joie !"*. Mais Paris ne lui réserve pas que des bonnes surprises. Alors qu'il joue dans la fanfare symphonique de la SNCF et de la RATP, un cambrioleur lui vole son cor d'harmonie. Cette infortune marque un tournant dans la carrière musicale de notre artiste qui abandonne la fanfare pour se lancer corps et âme... dans le flamenco. *"J'ai arrêté la musique classique. Et je me suis demandé quel instrument on ne pouvait pas voler. La réponse a été simple : mes pieds et mes mains"*. En 1997, il commence à enseigner bénévolement le japonais et la danse flamenco à l'Association philotechnique de Paris. Puis diplôme en main, il enseigne espagnol et arabe dans une école de langues à Paris ! Sa passion pour la culture hispano-arabe débouche sur plusieurs opportunités professionnelles en Arabie Saoudite et surtout en Algérie avec laquelle il noue un lien profond à l'occasion d'un séjour de trois ans comme interprète pour la Cojaal, le Consortium japonais pour l'autoroute. Quand il revient en France en 2010, Athos crée le club ANFAA, Amitié nippo-franco-arabo-andalouse, pour promouvoir et lier entre elles les cultures de tous ces pays.

Cependant, à peine un an plus tard, le "three-one-one" frappe le Japon. La triple catastrophe du 11 mars 2011 marque un tournant dans la vie

collection Claude Leblanc

HISTOIRE Un cri qui résonne encore

Comme le laissait entendre la couverture du premier numéro du *Cri qui tue* publié en 1978, c'est un véritable coup de poing qu'ont reçu les quelques lecteurs de ce trimestriel lancé par TAKEMOTO "Atoss" Motoichi. S'il n'est pas le premier à avoir fait paraître un manga en France – la revue *Budo Magazine Europe* en avait publié deux planches en 1969 pour illustrer un article –, il est celui qui a cherché à faire connaître ce mode d'expression de façon systématique dans un magazine spécialisé. *"La seule inconnue est de savoir si le public français accueillera les bandes dessinées japonaises, si appréciées au Japon, avec la même facilité"*, se demandait-il alors. Il ajoutait toutefois que *"plusieurs hebdomadaires font plus de 250 pages et sont publiés à plus d'un million d'exemplaires… De quoi faire rêver les éditeurs européens !"* Avec une certaine prescience, TAKEMOTO a compris avant beaucoup de monde le poids que le manga prendrait dans notre pays. Il ne s'est pas seulement contenté de publier les œuvres des grands mangaka du moment, il a fait preuve de pédagogie, en offrant à ses lecteurs trop peu nombreux une excellente introduction à l'histoire du manga, mais aussi à celle de l'animation qui, en 1978, commençait à envahir les petits écrans français. Dans l'éditorial du numéro deux, il souligne *"[son] envie de créer un lien entre le lecteur français et [son] lointain pays"*, tout en affirmant que *"ce n'est pas du gâteau"*. Il se heurte à de nombreux problèmes administratifs. *"Je ne me doutais pas alors de la difficulté qu'il y a pour essayer de mettre en vente une revue en France"*, reconnaît-il, ajoutant avec une pointe d'humour *"la patience orientale n'est pas un vain mot"*. Malheureusement, pour réussir dans l'édition, la patience seule ne suffit pas. Il faut aussi des moyens financiers dont TAKEMOTO ne dispose pas suffisamment pour tenir et gagner des lecteurs. En quatre années d'existence, *Le Cri qui tue* a néanmoins fait œuvre utile, semant les graines d'un intérêt qui ne se dément désormais plus. Le trimestriel a introduit de nombreux auteurs comme TEZUKA Osamu bien sûr, mais aussi TATSUMI Yoshihiro, SAITÔ Takao, ISHIMORI Shôtarô, MATSUMORI Tadashi ou encore le sympathique AKAZUKA Fujio. Beaucoup d'entre eux sont désormais traduits en français grâce au travail d'éditeurs qui ont pris le relais de TAKEMOTO après avoir été impressionnés par son enthousiasme.

Odaira Namihei



En avance sur son temps, TAKEMOTO a introduit le manga en Europe grâce au Cri qui tue, un trimestriel aujourd'hui quasi introuvable, avec les plus grands artistes japonais de l'époque.

d'Athos qui cherche à faire quelque chose d'utile. Notre cavalier, qui pratique aussi l'escrime et l'équitation, se prend alors de passion pour la ville de Sôma, dans la préfecture de Fukushima, qui abrite un des plus beaux festivals shintô du pays : le *matsuri* de Nomaoi mettant en scène les samouraïs de l'ère Sengoku (1477-1573) et des courses spectaculaires de *yabusame*, le tir à l'arc à cheval. *"Le Nomaoi appartient au patrimoine national. Mais mille ans d'histoire, des trésors, des armures ont été emportés par le tsunami. Beaucoup d'habitants de Sôma et leurs chevaux aussi sont morts"*, explique Athos qui a commencé à chercher des fonds pour faire revivre le Nomaoi annulé en 2011 et menacé de disparaître.

Toutefois, son appel s'est perdu dans la récolte des fonds pour les victimes du tsunami. Sans oublier le fait que personne n'avait envie de mettre les pieds à Fukushima. TAKEMOTO a alors l'idée d'introduire en Europe le festival des samouraïs de Sôma. Il crée un projet à sa sauce qui fait fusionner *matsuri*, art équestre et flamenco... *"J'ai réfléchi au lien entre cheval et flamenco. En Andalousie, la rencontre entre l'Europe et l'Afrique du nord a amené les chevaux. Ils ont été élevés par les gitans qui ont créé la* burelia, *une danse inspirée du rythme des chevaux au trot. Je voudrais faire connaître cet art aux cavaliers japonais qui n'ont pour modèle que les cow-boys !"*, assure-t-il. Sous le flou artistique de chaque projet se cache toujours une volonté de fer de casser les barrières et d'introduire un aspect culturel méconnu. En effet, Athos nous apprend que le Japon est la deuxième nation du flamenco après l'Espagne ! Le pays du Soleil-levant compterait plus d'académies de flamenco que l'Espagne. *"Il existe un festival unique des étudiants japonais du flamenco qui se déroule à Tateyama, près de Chiba. Ils dansent sur la plage sous une pluie de 10 000 feux d'artifice. Cette ville devrait être jumelée avec l'Andalousie"*, affirme TAKEMOTO. Son projet artistique entre le Japon, la France et l'Espagne serait aussi l'occasion de partager les mets culinaires de chaque pays. *"Le sake pour le Japon, les tapas pour l'Espagne, et la cuisine de gibier accompagnée du cor de chasse pour représenter la France !"* rit Athos. Mais son ambition va plus loin. En présentant le festival de Sôma, il veut aider les enfants de Fukushima. *"Mon rêve est de déménager d'ici 2019 à Corria del Sol en Andalousie. Là, j'aimerais ouvrir un petit restaurant et créer un centre d'accueil pour les enfants de Fukushima qui apprendraient la cuisine, le flamenco, le cheval ou la langue espagnole."* En attendant, il a ouvert, dans le 17e arrondissement de Paris, un bistrot baptisé *Les 3 flèches* qui reprend la formule de son mythique bar à vin *Cave 27*, un *tachinomiya* (bar où on boit debout typique des quartiers populaires au Japon) nippo-arabo-andalou à Montmartre qui a malheureusement dû fermer à cause du bruit.



Célia Bonnin pour Zoom Japon

"Mon nouveau bistrot n'est pas encore très bien aménagé, mais la cuisine et la musique y sont bonnes !", assure-t-il. Athos est d'ailleurs au fourneau avec un chef japonais qui prépare des tapas espagnoles ou du *sukiyaki* japonais. Mais quand il se met à danser au milieu de ses amis gitans ou à chanter en arabe, cela vaut vraiment le détour. *"Cette année marque le 400e anniversaire des relations entre le Japon et l'Andalousie qui a été marqué par la visite d'une délégation de samouraïs du Tôhoku venue rencontrer le roi d'Espagne !"* nous apprend-il encore. Quand on sait que le Tôhoku est justement la région nord-est du Japon touchée par le tsunami et l'accident nucléaire, il y a de quoi se demander si TAKEMOTO ne serait pas un peu magicien. *"Au lieu de donner de l'argent à la Croix-rouge, il vaut mieux financer des projets culturels et humanitaires entre le Japon, la France et l'Espagne !"* explique notre homme qui n'a pas dit son dernier mot. Il note d'ailleurs que le nouveau maire de Paris, Anne Hidalgo, est d'origine espagnole !

ALISSA DESCOTES-TOYOSAKI

INFOS PRATIQUES

Les 3 Flèches (Mitsuya) se situe 16 rue Torricelli 75017 Paris. Tél. 01 45 72 63 74.
Ouvert de 12h à 14h30 (du lundi au samedi) et de 18h à 23h (du jeudi au samedi).

ÉVÉNEMENT La maison japonaise pour tous

Intrigantes, les maisons japonaises ne laissent pas indifférent. A Rouen, une belle exposition nous en livre quelques secrets.

En 1937, l'architecte allemand Bruno Taut a publié *Houses and People of Japan,* dont la traduction française vient de paraître aux éditions du Linteau sous le titre *La Maison japonaise et ses habitants*. Ouvrage de référence sur l'architecture japonaise, il offre aussi à ses heureux lecteurs la possibilité de découvrir la culture locale au travers de l'habitat, car l'auteur n'oublie pas que les maisons sont avant tout habitées par les hommes avant d'être des œuvres d'art. Cette approche a quelque peu disparu des ouvrages ou des expositions consacrés à l'architecture pour laisser place à de belles photographies à la lumière irréprochable, mais qui manquaient cruellement de vie. On pouvait ainsi s'émerveiller de la créativité des architectes, mais on n'en percevait pas toujours le sens en l'absence des principaux intéressés, les commanditaires du projet.

Voilà pourquoi on peut se féliciter de l'exposition présentée à la Maison de l'architecture de Haute-Normandie qui revient aux fondamentaux. *"Parler de la maison individuelle au Japon, c'est aborder un thème récurrent de l'architecture et poser un regard sur l'urbanité et la société en général"*, expliquent ceux qui en sont à l'origine : les architectes Manuel Tardits, Véronique Hours et Fabien Mauduit, et le photographe Jérémie Souteyrat que les lecteurs de Zoom Japon connaissent bien.


Jérémie Souteyrat

A Miura, préfecture de Kanagawa. Dans le jardin de la maison conçue par Kochi Architect's studio.

"Parfois mal comprises car extraites de leur contexte physique, culturel et social, ces maisons évoquent le plus souvent une course étrange et frénétique à la nouveauté, voire un rapport mal cerné à la tradition", rappellent-ils pour justifier leur désir de *"donner des repères historiques et contextuels clairs pour mieux comprendre l'élaboration de ces lieux de vie, que sont avant tout les maisons dessinées par des architectes au Japon"*. L'exposition, qui sera ensuite présentée à Nice, à Paris et dans d'autres villes de France, s'articule autour de trois sections – Maisons d'hier, Maisons de Tôkyô et Maisons d'aujourd'hui – grâce auxquelles le visiteur pénètre progressivement dans cet univers architectural unique. Il ne s'agit pas simplement de quelques clichés ou de plans bien agencés, mais d'une réelle approche pédagogique destinée à donner les clés de chacune des maisons présentées. La présence humaine sur les photos de Jérémie Souteyrat et les témoignages des propriétaires contribuent à mieux comprendre la raison d'être de ces magnifiques réalisations qui répondent également à des contraintes physiques ou géographiques. Chacune des 70 maisons présentées constitue une ouverture sur le Japon, les Japonais et leur rapport à la vie. Pour profiter encore plus longtemps de cette expérience unique, un livre tiré de l'exposition sortira en décembre aux éditions du Lézard noir tout comme *Tôkyô no ie* (Maisons de Tôkyô, 35€), l'ouvrage de notre collaborateur Jérémie Souteyrat qui bénéficie d'une postface signée de l'architecte KUMA Kengo. *"Je cherche d'abord à communiquer avec la ville à travers les matériaux. Ils sont comme les mots qui rendent possible une conversation. Je ne pense donc pas d'abord à la forme mais aux matériaux qui vont permettre d'établir la communication"*, raconte-t-il. Grâce au travail des quatre auteurs de l'exposition, on comprend mieux aussi cette démarche.

ODAIRA NAMIHEI

INFOS PRATIQUES

Japon, l'archipel de la maison
Maison de l'architecture de Haute-Normandie
111 bd de l'Yser, 76000 Rouen Tél. 02 35 71 85 45
Jusqu'au 14 novembre. Entrée libre.
www.larchipeldelamaison.com
Du lundi au vendredi : 9h - 12h30 et 14h - 17h30
Samedi : 15h30 - 18h30

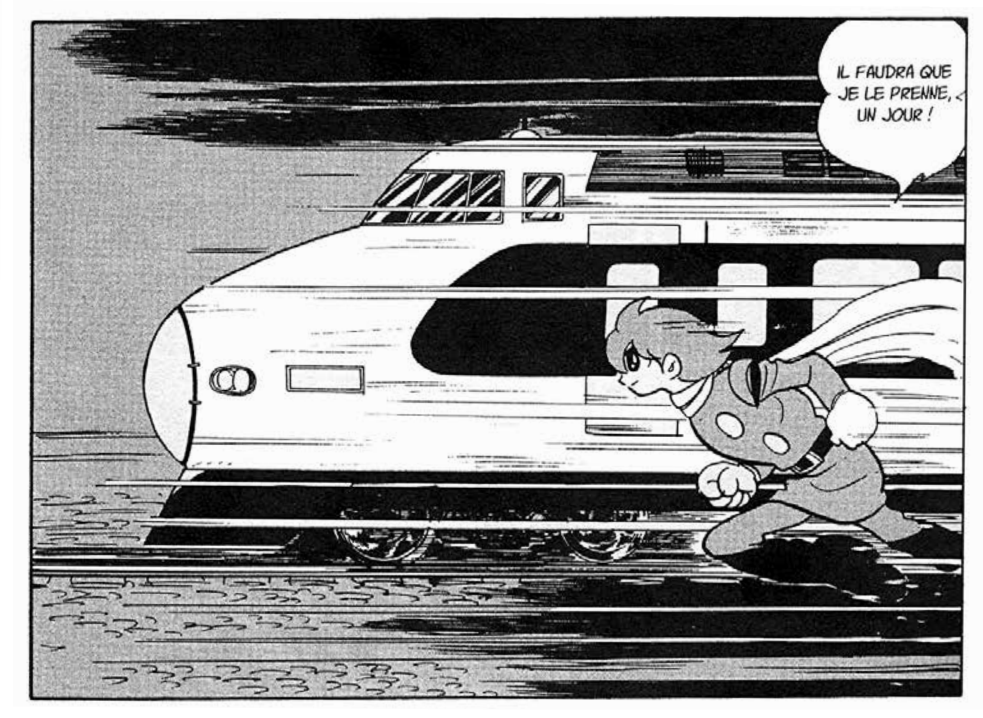
HISTOIRE 50 ans à très grande vitesse

Le *shinkansen* souffle ses cinquante bougies. Une réussite technologique qui s'est imposée dans la société.

Octobre 1964 restera un mois historique pour de très nombreux Japonais. Outre les Jeux olympiques de Tôkyô qui ont permis à leur pays de retrouver grâce dans le monde à peine vingt ans après la Seconde Guerre mondiale, le dixième mois de cette année importante est marqué par la mise en service d'un train à grande vitesse entre la capitale et Ôsaka. Le Tôkaidô Shinkansen, c'est son nom, est inauguré le 1er octobre. *"Ce fut un moment crucial comme si ce train avait incarné le passage de témoin entre le Japon du passé et le Japon du futur"*, rappelait l'acteur HARADA Yoshio, célèbre amateur de trains, quelques semaines avant son décès en 2011. A 210 km/h, le nouveau train blanc et bleu dont la forme rappelait celle d'une balle de revolver, d'où son surnom anglais de *bullet train,* permettait de réduire considérablement le temps de parcours des 552,6 kilomètres séparant Tôkyô et Shin-Ôsaka, la gare construite pour accueillir le *"super express de rêve" (yume no chôtokkyû)* comme les médias l'avaient baptisé.

Tout est alors fait pour que la population s'approprie le nouveau train malgré son coût prohibitif (380 milliards de yens contre les 200 milliards prévus initialement). La société nationale des chemins de fer japonais (JNR), entreprise publique à l'époque, édite des fascicules à destination des plus jeunes pour leur expliquer son fonctionnement, mais surtout pour les rendre fiers des progrès réalisés par leur pays. Symbole de la maîtrise technologique, le *shinkansen* s'impose naturellement dans le quotidien des Japonais. Entre octobre et décembre 1964, ils sont 11 millions à emprunter la nouvelle ligne qui permet de désengorger le trafic ferroviaire saturé le long de la côte Pacifique. Aujourd'hui, 150 millions de Japonais utilisent chaque année le Tôkaidô Shinkansen, un succès qui a forcément inspiré de nombreux auteurs. Le premier d'entre

Ishimori Pro / Glénat



Extrait de Cyborg 009, vol. 2. Manga d'ISHINOMORI Shôtarô publié en France chez Glénat.

eux s'appelle ISHINOMORI Shôtarô. Le mangaka, qui se fait alors encore appeler ISHIMORI, a débuté, en juillet 1964, une nouvelle série intitulée *Cyborg 009*. Publiée dans l'hebdomadaire *Shônen King*, un magazine de manga pour les adolescents, l'histoire raconte comment des individus enlevés par une organisation mafieuse, Black Ghost, qui veut prendre le contrôle de la planète, se rebellent contre ce projet après avoir été transformés en cyborgs. Dès sa parution, le manga connaît un grand succès et le *shinkansen* constitue pour l'auteur une excellente occasion de le mettre en scène. A peine deux mois après son entrée en service, il apparaît dans le numéro du 13 décembre 1964 de *Shônen King*. Grâce à son talent, ISHIMORI rend parfaitement l'impression de vitesse qui se dégage du train. Le héros de l'histoire qui court juste à côté de la machine ne cache pas son admiration. *"J'ai très envie, même sans billet, de profiter de cette merveille !"* dit-il avant de bondir sur le toit du train et de s'y installer, lâchant un *"Waouh ! C'est fantastique !"*. En six petites pages, le mangaka contribue à imposer la dernière merveille technologique auprès du jeune public. Son superhéros a validé son existence et ses qualités. A quoi bon pour lui de courir puisque le train roule assez vite pour le transporter en toute sécurité.

Ce dernier point est particulièrement important pour les promoteurs du projet. Dans toute leur communication, la sécurité *(anzen)* est mise en avant. Il s'agit de montrer qu'à 210 km/h les passagers n'ont rien à craindre. Tout a été pensé pour qu'aucun accident ne se produise, y compris en cas de séisme. Dans les brochures qui sont distribuées au moment de son lancement, c'est le sujet qui prédomine le reste. Les autorités et JNR ne sont pas les seules à entretenir ce qu'on appelle le mythe de la sécurité *(anzen shinwa)*. Le cinéma va s'en emparer à sa manière. Au cours des années 1970, le 7e art accorde une large place aux films catastrophes. Dix-huit mois après le succès de *La Submersion du Japon (Nihon chinbostu)* film de MORITANI Shirô adapté du roman éponyme de KOMATSU Sakyô et produit par la Tôhô, la Tôei, sa principale concurrente, sort *Super Express 109 (Shinkansen daibakuha)* réalisé par SATÔ Junya. Un criminel interprété par TAKAKURA Ken dépose une bombe à bord d'un *shinkansen* qui explosera si le train circule en dessous de 80 km/h. Il s'agit de mettre les nerfs des spectateurs à dure épreuve avec des séquences laissant imaginer ce que pourrait advenir en cas d'explosion. Mais le sang froid des employés de JNR et la perspicacité des policiers vont permettre d'éviter le pire et ainsi de renforcer l'image d'un train on ne peut plus sûr.

Depuis son entrée en service, il y a 50 ans, le *shinkansen* n'a jamais connu d'accident majeur, y compris lors de séismes comme celui du 11 mars 2011. Au moment où la terre s'est mise à trembler, dix rames circulaient à pleine vitesse entre Fukushima et Shin-Aomori, aucune d'entre elles n'a déraillé. Et ce jour-là, ce n'était pas du cinéma.

GABRIEL BERNARD

DR



Affiche japonaise de Super Express 109, film de SATÔ Junya (1975).

NOUVEAU Chaleur nippone chez Atsu Atsu

Le 22 septembre, Christopher Wagner a enfin ouvert son premier restaurant qu'il n'a plus besoin de démonter le soir.



Christopher Wagner a décidé de faire entrer la cuisine de rue au restaurant.

KOGA Ritsuko

Depuis son premier stand de *takoyaki* (beignets de pieuvre) qui a connu un grand succès à la Japan Expo, il y a 6 ans, Christophe Wagner, le PDG d'Atsu Atsu a toujours été un homme prêt à relever des défis tout en étant un véritable précurseur dans le domaine de la restauration japonaise. Jouant sur la “différence”, il la voulait ouverte au grand public et dans la France entière.

Réfléchi et rappelant que chaque chose vient en son temps, il n'a pas tout de suite ouvert de restaurant “fixe”. Il a attendu le bon moment, en homme d'affaires ayant fait des études de commerce international en France, à Fukuoka et à Kyôto. Ses compétences se sont avérées tout à fait adaptées dès son premier emploi, chez Matsuri, une chaîne de restaurants de sushi où il a rapidement atteint un poste important. Après avoir contribué à la vague de succès des sushis en France, il a décidé de monter sa propre société qui pourrait montrer autres choses que des sushis : le goût du *yatai* (stand ambulant) inoubliable de Fukuoka. Il est alors parti à Hiroshima afin de suivre une formation aux *takoyaki* et *okonomiyaki* dispensée par la grande société de fabrication de sauce, Otafuku.

Le moment tant attendu d’ouvrir enfin un restaurant fixe est arrivé cette année. Christopher Wagner a trouvé un emplacement à Paris, vers le haut de la rue Richelieu, volontairement en périphérie du quartier japonais. Une fois passé sa petite entrée, la profondeur du lieu nous impressionne. L'espace est composé de trois salles successives reliées chaque fois par deux ou trois marches, la dernière salle est donc la plus élevée. Chaque salle a son rôle. Dans le premier espace donnant sur la rue, vous êtes spectateurs et vous pouvez voir les cuisiniers préparer *takoyaki* et *okonomiyaki* derrière un long comptoir. Dans la salle suivante, vous devenez acteurs. Grâce aux tables équipées de *teppan* (plaque chauffante) pour *okonomiyaki*, vous pouvez participer à la création de vos plats. La troisième salle est sacrée. Elle vous invite à vous dépayser complètement avec ses *horigotatsu* (table basse avec plancher surbaissé) équipées de *teppan* et des *zaisu* (chaise sans pieds). A noter que vous devez vous déchausser ou utiliser des sur-chaussures pour y accéder.

Même si vous n'avez jamais fait d'*okonomiyaki*, ne vous inquiétez pas. L'équipe du restaurant vous expliquera la méthode à la façon *Kansai* (14€). Ou bien vous pouvez opter pour la façon *Hiroshima* qui sera préparée par la maison (16€). Quant aux *takoyaki*, vous aurez 30 000 possibilités de combinaison avec leurs garnitures, aux crevettes, au saumon, avec la sauce *tarama*, *yuzu*, même au chocolat, etc....! La maison met aussi en vente des kits de *takoyaki* à la caisse. Au menu il propose également des entrées (5€ - 9€) comme dans un *izakaya* (bar à la japonaise), des desserts (3€ - 8€) tels que tiramisu au thé vert, crème brûlée au *hôji cha*, etc...

Les amateurs du Japon diront sûrement qu’il s’agit d’un faux japonais car ce type de restaurant n'existe nulle part dans l'archipel. Certes, mais Christopher Wagner a osé importer la cuisine de rue, populaire et chaleureuse, qui caractérise si bien l’archipel. Il a décidé d’aller plus loin que le copier-coller d’un Japon superficiel que l’on trouve à profusion en France et ailleurs dans le monde. Il ne vous reste plus qu’à vous laisser tenter et participer à son aventure. Vous ne le regretterez pas.

KOGA Ritsuko

INFOS PRATIQUES

S’Y RENDRE 88 rue de Richelieu 75002 Paris. Tél. 09 83 95 30 14 - www.atsuatsu.fr 12h-14h et 19h-22h. Fermé dimanche.

La recette de Haruyo

Okonomiyaki
(Crêpe à la japonaise)



PRÉPARATION

1 - Couper le chou en petits morceaux, l'*aonegi* en rondelle et râper le *nagaimo*.
2 - Ajouter le *Tenkasu*, les 5 œufs, la farine et l'eau.
3 - Bien mélanger.
4 - Dans une poêle, chauffer un peu d'huile et faire sauter les *yakisoba*.
5 - Ajouter la sauce yakisoba. Puis mettre de côté.
6 - Chauffer une cuillère à soupe d'huile dans une poêle, verser l'appareil (environ 1 louche et demie) et étaler.
7 - Disposer les *yakisoba*.
8 - Couvrir avec une demie louche d'appareil.
9 - Disposer 2 tranches de porc.
10 - Casser un œuf au centre.
11 - Disposer un peu de fromage. Laisser cuire pendant 10 minutes à feu doux.
12 - Retourner puis laisser cuire pendant 5 minutes à feu doux.
13 - Retourner puis vérifier la cuisson.
14 - Déposer sur une assiette.
15 - Terminer avec la sauce *okonomiyaki*, la mayonnaise, les copeaux de bonite et l'*aonori*.

CONSEIL

Si vous pouvez trouver un chou printemps, il est très doux et idéal pour l'*okonomiyaki*. Sinon, utilisez un chou blanc que vous couperez plus finement.

INGRÉDIENTS
(pour 5 *okonomiyaki* de 18 cm)

1,5 kg de chou
100 g d'*aonegi* (ciboulette japonaise)
300 g *nagaimo* (Igname japonais)
100 g de *tenkasu*
300 g de poitrine de porc tranchée
10 œufs
3 sachets de *yakisoba* et leur sauce



100 g de farine
150 ml d'eau
Fromage pour pizza, sauce pour *okonomiyaki*, mayonnaise, bonite séchée en copeaux, *aonori* (algue en flocons)

Pour la cuisson
huile

Angeles Marin Cabello

Une lanterne en pierre au milieu des érables et des pins du parc Momiji-dani sur l'île de Miyajima, l'un des sites préférés des habitants de la cité portuaire.

PROMENADE **Un automne à Hiroshima**

Lorsque les arbres prennent leurs couleurs automnales, mieux vaut ne pas rater ce spectacle éblouissant.

Il y a quelque chose de magique avec le début de l'automne à Hiroshima. La chaleur suffocante de l'été n'est plus qu'un souvenir ; la saison des typhons est enfin passée pour laisser la place à de belles journées et des nuits rafraîchissantes. La récolte de riz bat son plein tandis que les fêtes de la moisson donnent lieu à de nombreuses réjouissances. Dans les sanctuaires shintoïstes des villes et des campagnes, les représentations colorées de pièces de *kagura* ravivent les mythes anciens, éliminent les démons et apaisent les dieux. Mais le joyau de la saison s'appelle *kôyô* que l'on pourrait traduire littéralement par feuilles rouges. Compte tenu de la localisation de Hiroshima prise en sandwich entre les montagnes de Chûgoku et la mer Intérieure, il existe une multitude de possibilités d'admirer ce spectacle haut en couleur. Les jardins de la ville, les îles romantiques et les montagnes brumeuses sont transformés par les érables, les ginkos, les sorbiers, les hêtres, les châtaigniers et les cerisiers en des zones flamboyant de rouge et d'or.

Au Japon *kôyô* inspire un respect qui confine à la spiritualité. Pour quelques brèves semaines, *momiji-gari* [l'observation des feuilles rouges] devient une obsession nationale à tel point que personne ou presque ne peut résister à cet appel annuel de la nature. Début octobre, apparaissent un peu partout les premiers signes de la fièvre *kôyô*. Les magasins sont ornés de fausses branches d'érables aux feuilles colorées. A l'occasion des bulletins météorologiques à la télévision, on explique au jour le jour la pro-

gression de l'automne. Dans les gares, on affiche le passage des arbres du vert au rouge, région par région. Au travail, cela devient le principal sujet de conversation autour de la machine à café. Le géant de la bière Kirin propose même sa “cuvée spécial automne” chaque année, dans des canettes ornées évidemment de feuilles d'érable.
Dans l'air froid des montagnes qui ceinturent Hiroshima, le phénomène *kôyô* commence quelques semaines avant de toucher la côte. Des milliers d'habitants de la ville font alors le pèlerinage des gorges de Sandankyô, un lieu exceptionnel situé à environ 70 km au nord-ouest de la cité portuaire. Considérée comme l'une des cinq gorges les plus belles du pays, Sandankyô est réputée pour ses cascades et ses couleurs d'automne magnifiques, les érables rouges et les ginkos aux tons dorés contrastant avec les pins et les cèdres vert émeraude.
Pour de nombreux Occidentaux, l'automne évoque des images nostalgiques de promenades solitaires et mélancoliques. Au Japon, la solitude n'est pas à l'ordre du jour. Au plus haut pic de la saison des feuilles rouges, le sentier étroit de 16 km qui traverse Sandankyô ressemble à une longue file indienne. On y trouve aussi bien des septuagénaires équipés de bâton de marche et de vêtements spécialisés, des salariés en vêtements de sport à la mode, des jeunes filles en minijupes et talons hauts portant leur sac à dos Vuitton. Bref, tout le monde se retrouve ici. Si la foule vous fatigue, allez vous détendre sur l'un des bateaux qui traversent les gorges. Vous aurez alors la possibilité d'atteindre Sarutobi, un passage recouvert de mousse entre les parois du canyon d'à peine deux mètres de large.
Momiji-gari est une activité populaire au Japon depuis des siècles. Selon la croyance shintoïste, les montagnes et les forêts sont des lieux sacrés habités par des divinités. Les déplacements de masse à l'intérieur du pays pour aller observer le feuillage changeant relevaient donc de l'acte spirituel. Il s'agissait alors de communier avec les dieux.
L'observation des feuillages d'automne reste encore une activité collective. Mais contrairement à l'*ha*-

Angeles Marin Cabello

A proximité de Hondori, le centre commercial animé de la ville, le temple Fudôin est un havre de paix.



Angeles Marin Cabello

Lorsque l'on se rend sur l'île de Miyajima en automne, il ne faut surtout pas manquer le parc Momiji-dani avec ses magnifiques érables et ses daims en liberté.

nami au moment des cerisiers en fleurs (voir *Zoom Japon* n°39, avril 2014), l'alcool ne coule pas à flots. L'atmosphère est bien plus calme. Les gens viennent se promener et observer.

Lorsqu'on redescend vers la mer, il faut se rendre sur l'île sacrée de Miyajima, l'endroit le plus cher au cœur des habitants de la ville. Elle figure parmi les trois plus beaux sites du Japon. Le sanctuaire magique d'Itsukushima flottant sur la mer avec, en toile de fond, la forêt primitive du mont Misen en fait un des lieux incontournables à visiter pour tout touriste qui se respecte. Lorsque vient l'automne, l'endroit à visiter est le parc Momiji-dani recouvert d'érables plantés au cours de la période d'Edo, au pied du mont Misen. Aujourd'hui, il compte quelques 200 érables, des daims presque apprivoisés et de délicats ponts orange qui enjambent des courants d'eau cristalline. Quel que soit le nombre de personnes qui s'y trouvent, il conserve son charme enchanteur. L'érable fait partie intégrante de Miyajima à tel point que son produit le plus apprécié est le Manju Momiji, un gâteau en forme de feuille d'érable rempli de pâte de haricot rouge, de chocolat ou de crème.

En dehors des montagnes et des forêts, le meilleur endroit pour profiter de ce phénomène saisonnier est un jardin japonais traditionnel. Shukkei-en, au cœur du centre-ville de Hiroshima, a été conçu en 1620 par UEDA Sôko pour le seigneur local ASANO Nagaakira. UEDA avait été un guerrier avant de devenir jardinier paysagiste, moine bouddhiste et maître de la cérémonie du thé. Shukkei-en reprend de façon réduite le paysage au bord du lac Xihu à Hangzhou, en Chine, dans un espace de seulement 40 000 mètres carrés. En son centre, se trouvent le vaste étang Takuei et son magnifique pont arc-en-ciel. Autour de lui, des chemins sinueux vous entraînent à travers des montagnes, des vallées, des rizières, des bosquets de bambous et des plantations de thé. C'est l'endroit idéal pour se perdre en empruntant de petits sentiers secondaires vers des coins isolés, des cascades et des lanternes de pierre recouvertes de lichen.

Vous pouvez assister à une cérémonie du thé dans la belle maison de thé Seifukan, avec son toit de


Angeles Marin Cabello

A Miyajima, le sanctuaire d'Itsukushima donne l'impression d'être posé sur la mer.

chaume et sa fenêtre en forme de lyre. Ne pensez-vous pas qu'il y a encore de l'espoir dans notre monde si les gens prennent le temps de savourer une tasse de thé et de contempler les feuillages d'automne ?

Dissimulé au sud de la ville se trouve le deuxième plus beau jardin de Hiroshima : le parc Hanbe. Il s'agit d'un complexe comprenant un restaurant, des sources d'eau chaude et des auberges traditionnelles. Hanbe est très prisé pour les mariages, principalement parce que son magnifique jardin est parfait pour réaliser de belles photos. En vous y rendant, vous aurez de fortes chances de croiser de futurs mariés en somptueux kimonos suivis par une troupe d'appareils photo. Le restaurant donne sur un jardin japonais traditionnel avec des cascades, des étangs remplis de carpes, des îles, des ponts et des pins. Il s'étend jusqu'à une colline escarpée couverte de plus d'un millier d'érables. N'hésitez pas à faire une petite randonnée sur la colline où vous serez pratiquement seul. Vous pourrez peut-être alors apercevoir un *tanuki* (blaireau japonais) qui grogne au milieu des azalées.

Si vous cherchez quelque chose de plus spirituel, Hiroshima vous le propose aussi. A juste un arrêt du quartier commercial très animé de Hondori, vous trouverez le temple Fudôin. C'est le seul temple à avoir survécu au bombardement atomique. La juxtaposition de l'élégant temple, de la pagode orange et des érables autour du petit étang, sans oublier l'air doux rempli d'encens, fait de cet endroit un cadre délicieusement serein. Pour connaître dans une ambiance presque mystique, ne quittez pas Hiroshima sans avoir visité Mitaki.

A deux arrêts de la gare de Hiroshima sur la ligne Kabe, c'est comme si vous pénétriez dans un autre monde. Le temple, bâti en 809, se tient près du sommet du mont Mitaki. Le chemin qui y mène est bordé de centaines de statues. A l'automne, les 500 érables forment une lueur rouge au-dessus de la forêt, en filtrant le soleil comme des vitraux. Un spectacle éblouissant.

STEVE JOHN POWELL

Zoom Japon est publié par les éditions Ilyfunet
12 rue de Nancy 75010 Paris - France
Tél : 01 4700 1133 Fax : 01 4700 4428
www.zoomjapon.info - courrier@zoomjapon.info
Dépôt légal : à parution ISSN : 2108-4483 Imprimé en France
Ont participé à ce numéro : Odaira Namihei, Gabriel Bernard, Eric Rechsteiner, Jérémie Souteyrat, Jean Derome, Alissa Descotes-Toyosaki, Célia Bonnin, Steve John Powell, Angeles Marin Cabello, Ritsuko Koga, Yokoi Yasuhiko, Haruyo Maeda, Kimié Ozawa, Gaku Kashio, Takako Taniguchi, Yoshié Takano, Miwa Takano, Rié Tanaka, Makoto Sato, Marie Varéon (maquette).
Publicité : Kimié Ozawa, Yoshiyuki Takachi
Responsable de la publication : Dan Béraud



cours

● **Cours de chant** par Japonaise diplômée j-pop/ lyrique akikovoice.jimdo.com akikovoice@gmail.com

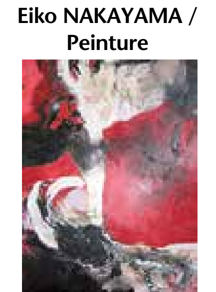
● **Ateliers DESSIN-MANGA** Réalise ton propre manga! Stages intensifs pendant les vacances de la Toussaint. 5 jours. De 11h~15h. 265€ttc (matériel et repas compris). Attention nombre de places limitées. Informations et inscription sur www.espacejapon.com

● **Stage intensif de japonais pour débutant**, du 14 novembre au 17 décembre. Mercredis & vendredis - 20h. de 19h-21h. 260€ TTC matériel compris. Inscrivez-vous dès maintenant sur www.espacejapon.com



événements

« La vie »
Eiko NAKAYAMA / Peinture



jusqu'au 11 octobre.
Espace Culturel Bertin Poirée
8-12 rue Bertin Poirée
75001 Paris FRANCE
www.tenri-paris.com

logements

● **Paris Port-Royal studio meublé** 28m² entrée cuisine coin repas 1100€ 06 0934 6056 uafedu@wanadoo.fr

● **Paris Fudosan le spécialiste de l'immobilier** franco-japonais à Paris recherche des STUDIOS à louer pour ses clients japonais. Nos services sont GRATUITS pour nos propriétaires. Paris Fudosan 18 rue de Richelieu 75001 Paris 0142868739 service@paris-fudosan.com

divers



Les Natto du dragon sont produits avec le plus grand soin à partir de soja Français **issu de la culture Bio** et **non manipulé génétiquement**... Commandez et retrouvez nos recettes sur www.natto-dragon.com





Charlotte HODEZ, Avocat
Sidonie ROUFIAT, Avocat et Médiateur

Mettent leurs compétences à votre disposition en matière de :

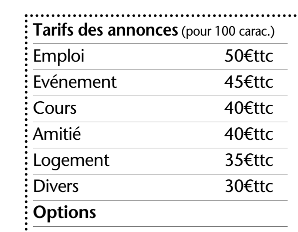
- Droit du séjour et du travail des étrangers
- Droit du travail (individuel et collectif)
- Droit de la famille
- Droit médical et réparation de préjudices corporels
- Droit pénal

Conseil et assistance devant les juridictions.
Résolution amiable des conflits

Notre atout :
notre expérience des relations franco-japonaises

Les honoraires sont déterminés en commun accord avec le client selon la nature du dossier. N'hésitez pas à nous contacter pour plus de renseignements.

HODEZ ROUFIAT AVOCATS ASSOCIES (A.A.R.P.I.)
25 boulevard Voltaire - 75011 Paris
Tél. 01 55 80 57 40, contact@hravocats.fr



Tarifs des annonces (pour 100 carac.)	
Emploi	50€ttc
Evénement	45€ttc
Cours	40€ttc
Amitié	40€ttc
Logement	35€ttc
Divers	30€ttc
Options	
20 car. suppl.	5€ttc
option web (publication immédiate sur le web + 5 img.)	20€ttc
cadre	50€ttc
gras	50€ttc
img. papier	100€ttc

Pour passer votre annonce dans ZOOM Japon, veuillez vous rendre sur **www.zoomjapon.info**



Japon

698€ TTC A/R*



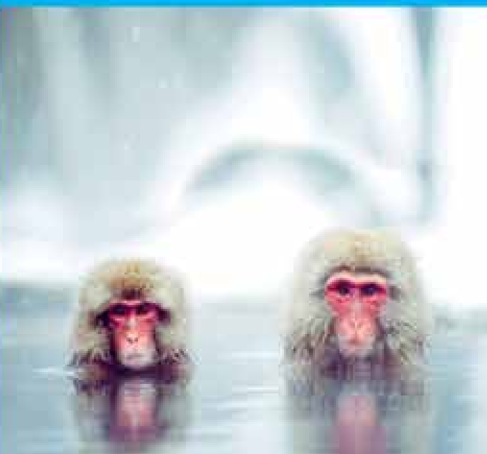
Paris-Tokyo en vols directs
+ 2 vols au Japon offerts**



Tarif également valable au départ de province et sur les partenaires de la Joint Venture : Austrian Airlines, Lufthansa et SWISS.



Vente jusqu'au 31 octobre 2014
sur www.ana.fr
ou dans votre agence de voyages



ANA Inspiration of JAPAN | MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE





Partez à la découverte du Japon.

*A partir de, hors frais de service, soumis à conditions et à disponibilité. Tarif promotionnel vendu jusqu'au 31/10/2014 pour des départs du 01/11/2014 au 30/04/2015. ** Vols au départ de/vers Tokyo, Osaka ou Nagoya.



www.nhk.or.jp/nhkworld/

NHK WORLD TV
Sélection octobre 2014




A Lion of Bunraku Roars Farewell

Le maître de théâtre bunraku
Takemoto Sumitayu tire sa révérence.

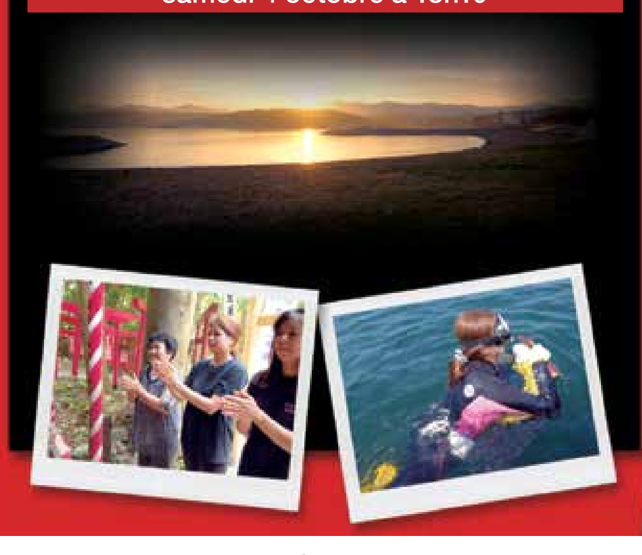
samedi 11 octobre à 18h10




Inside Lens: Protecting Traditional Fishing

Documentaire consacré à une famille
de plongeuses en apnée.

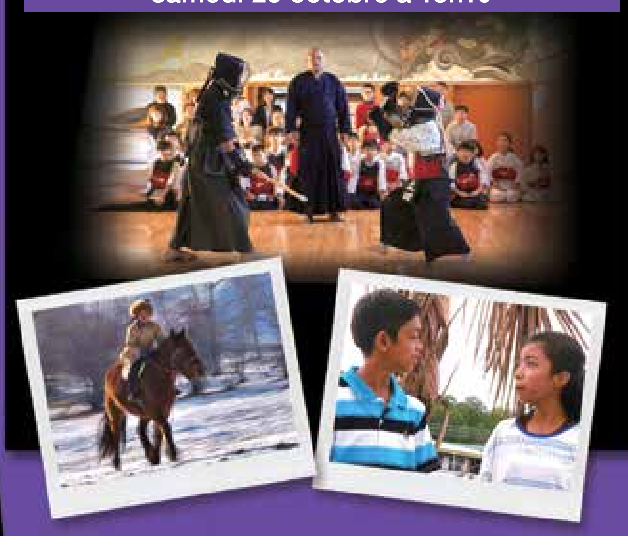
samedi 4 octobre à 18h10



ABU Children's Dramas

Histoires courtes d'enfants de Mongolie,
du Brunei et du Japon.

samedi 25 octobre à 18h10



NHK WORLD TV est une chaîne en anglais, disponible en France à travers les fournisseurs suivants:



canal 473



canal 182



canal 680



canal 270



canal 731/732



canal 222